

Strukturanalyse des Nahrungsmittel-Sortiments- Großhandels in der Bundesrepublik

Inaugural - Dissertation

zur

Erlangung der Würde eines Doktors
der wirtschaftlichen Staatswissenschaften
der

Hohen Philosophischen Fakultät der
Friedrich-Alexander-Universität

zu

Erlangen

vorgelegt von

Diplom-Volkswirt Werner Baake

Erlangen, im September 1955

STRUKTURANALYSE DES NAHRUNGSMITTEL-SORTIMENTS-GROßHANDELS
IN DER BUNDESREPUBLIK

Inaugural-Dissertation

der Philosophischen Fakultät der
Friedrich-Alexander-Universität
zu Erlangen

vorgelegt von

Werner Baake
Bernburg (Saale)

Tag der mündlichen Prüfung:

22. Februar 1956

V. Konkurrenzformen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels mit Ausschaltungsbestrebungen	82
1. Industriebetriebe mit Direktabsatz	84
2. Einzelhandelsgenossenschaften mit Großhandelscharakter	89
3. Großunternehmungen des Einzelhandels	94
a) Filialunternehmungen	
b) Konsumgenossenschaften	
c) Kauf- und Warenhäuser	
4. Werks- und Behördenhandel	101
VI. Wirkungen der Konkurrenzunternehmungen auf den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel	104
VII. Maßnahmen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels gegen die Ausschaltungsbestrebungen der Konkurrenzorganisationen	106
1. Abwehrmaßnahmen einzelner Unternehmungen	107
a) Betriebsrationalisierung	
b) Finanzielle Beteiligung an Lieferanten- und Abnehmerfirmen	
c) Angliederung von Versandabteilungen	
d) Schaffung von Handelsmarken	
e) Schaffung freiwilliger Kettenläden	
2. Abwehrmaßnahmen auf verbandsmäßiger Grundlage	111
a) Allsicht-Organisation (ASO)	
b) Arbeitsgemeinschaft freier Unternehmer (AFU)	
c) Einkaufskontore	
d) Werbeorganisationen (GENA und ELGRO)	
e) Einführung eines gemeinsamen Belieferungsfahrplanes	
f) Einführung des gruppenweisen Erfahrungsaustausches	

D. Schlußwort:

Die Bedeutung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels in volkswirtschaftlicher Hinsicht in der heutigen Wirtschaftsverfassung	124
---	-----

E. Anhang I - XIV 125

F. Literaturverzeichnis 144

Lebenslauf

A. Vorwort

Die Währungsreform vom 20. Juni 1948 war - wie sich heute zeigt - für die gesamte westdeutsche Wirtschaft die erhoffte Wende, indem sie die Voraussetzungen zu dem sogenannten "deutschen Wirtschaftswunder" schuf. Die damit verbundene Aufhebung der Warenbewirtschaftung und die Beseitigung des Preis- und Lohnstops brachten die Rückkehr zur freien Marktwirtschaft, in der das Prinzip der freien Preis- und Lohnfindung seine volle Bedeutung gewinnt.

Der Zweck der vorliegenden Arbeit besteht darin, eine Darstellung der Verhältnisse zu geben, wie sie sich vorwiegend nach der Währungsreform auf der Großhandelsstufe eines bestimmten westdeutschen Wirtschaftszweiges darbieten. Voraussetzung für eine solche Darstellung ist jedoch, daß über den Begriff und das Wesen dieser Großhandelsstufe keine Unklarheiten bestehen. Aus diesem Grunde befaßt sich die Arbeit vorerst mit der Begriffsbestimmung; alsdann geben die grundlegenden Ausführungen eine Darstellung der Aufgaben, welche der als Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel bezeichneten Erscheinungsform übertragen sind. Anschließend wird der Versuch unternommen, das Ausschaltungsproblem im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel näher zu untersuchen, bzw. den Kampf der selbständigen Grossisten um ihre Stellung in der Wirtschaft und die vermutliche Entwicklung dieses Kampfes.

Die Beschränkung auf den Bereich des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels ist erforderlich, da es in räumlicher Hinsicht nicht möglich ist, das Gesamtgebiet des Nahrungsmittel-Großhandels im Rahmen dieser Arbeit in allen Punkten mit der erforderlichen Sorgfalt zu untersuchen.

Im Gegensatz zum Schrifttum über die anderen Stufen der Wirtschaft ist die Literatur über den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel bis heute äußerst gering geblieben. Die Gründe für dieses weitgehende Fehlen der Kenntnisse

über das Wesen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels und seine wichtigen Aufgaben liegen nicht zuletzt bei dem Sortiments-Großhändler selber, indem die Großkaufleute seit jeher eine tiefe Abneigung davor haben, Außenstehenden Einblick in ihre Tätigkeit zu gewähren und ihre Angelegenheit so vor die Öffentlichkeit zu bringen.

Auf Grund der großzügigen Unterstützung der Vereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, Bonn, des Gesamtverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels, Bonn, des Verbandes des Deutschen Nahrungsmittel-Großhandels, Berlin und der Industrie- und Handelskammer Berlin, war es möglich, das erforderliche Material zusammenzustellen, wofür hiermit noch einmal aufrichtig gedankt sei. Dennoch schien es unerlässlich, eine eigene Fragebogenerhebung durchzuführen. Aus naheliegenden Gründen war es schwer, stets die gewünschten Unterlagen zu erhalten. Ein spezifizierter Fragebogen¹⁾, wie er hier verwandt wurde, erwies sich teilweise als Fehlschlag. Die allzu sehr in Details eingehende Fragestellung ließ eine Preisgabe von Geschäftsgeheimnissen befürchten und auf eine genaue Auskunftserteilung verzichten bzw. die ins einzelne gehenden Fragen nur oberflächlich beantworten. Ferner erschienen die statistischen Publikationen mit außerordentlicher Verspätung. So veröffentlichte z.B. das Statistische Bundesamt erst im Frühjahr 1954 die Ergebnisse der Umsatzsteuerveranlagungsstatistik vom Jahre 1950. Aus diesem Grunde war es nicht immer möglich, die nachstehenden Ausführungen mit den gewünschten statistischen Angaben zu belegen. Wenn dennoch statistische Unterlagen und sonstige Aussagen ohne Angabe der Herkunft in der vorliegenden Arbeit verwandt wurden, so entstammen sie authentischen Unterlagen der oben angeführten Institutionen.

1) Siehe Anhang I, Seite 125.

B. Einleitung

Die Stellung des Handels, insbesondere des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels, in der heutigen Wirtschaftsverfassung

Schon bei der Aufgabenstellung erkennen wir, daß es sich hier um ein Problem handelt, das sowohl von betriebs- als auch volkswirtschaftlicher Seite untersucht werden kann. Der Mensch vor Hunderten von Jahren hat in wirtschaftlicher Selbstgenügsamkeit gelebt und konnte auf eine bewußte Beachtung der Zustände und Vorgänge in anderen Wirtschaftseinheiten verzichten.

Je mehr sich aber die Auflösung der geschlossenen Hauswirtschaften in Produktionswirtschaften und Konsumtionswirtschaften vollzog, desto enger sah sich die einzelne Wirtschaft an den Markt gebunden. Besonders gilt dies für die Produktionswirtschaft, die sich die Aufgabe stellt, die erforderlichen Waren zu erzeugen, um den Bedarf weitgehend zu decken und zu befriedigen. Dieser fortdauernde Versuch, Herstellung und Bedarf in Einklang zu bringen, wird wesentlich dadurch erschwert, daß der einzelne Unternehmer einer Vielzahl von Unternehmungen gleicher Branche gegenübersteht; dazu kommt noch der erschwerte Überblick über den Bedarf für die herzustellende Ware. Hier wollen wir uns auf Mitchell¹⁾ stützen, der die Unternehmungsführung wie folgt charakterisiert:

"Der Kaufmann sorgt für ein metaphysisches Publikum, dessen Anzahl, Geschmack, Konsum und Kaufkraft er nicht kennt, Faktoren, die sich fortwährend ändern können. Der einzige Anhalt für seine Erwägungen über das herzustellende Quantum sind die Preise. Auf Grund eines Vergleichs der augenblicklichen Preise entscheidet er, ob er seine Erzeugung in der nächsten Zeit erweitern oder einschränken soll. Aber unglücklicherweise wird dieser Vergleich

1) Mitchell, W.C.: "Business Cycles. The Problem and its Setting", New York 1928.

von allen Produzenten fast gleichzeitig gemacht, und da sie nicht wissen, was ihre Konkurrenten unternehmen werden, überschreiten sie - zusammengekommen - fast immer die Grenze, die ihnen vorgeschwebt hatte."

Die Mittel und Wege, dieser Komplizierung der Marktbeziehungen auf andere Weise Herr zu werden, laufen auf zwei Richtungen hinaus. Die eine besteht in dem Versuch, durch Bildung von Marktverbänden ein günstiges Verhältnis von Angebot und Nachfrage herbeizuführen, die andere nimmt ihren Ausgangspunkt von der einzelnen Unternehmung. Ihre Mittel sind die Werbung und die systematische Markterkundung, die eine möglichst exakte und eindringliche Kenntnis von den Marktverhältnissen zu schaffen versucht. Ein wichtiges Gebiet im Bereich der Markterkundung - im Sinne der wahren Forschungstätigkeit - stellt die Strukturanalyse dar. Sie ist rein statischer Natur und sieht die zu untersuchende Größe hinsichtlich ihrer Aufbaubestandteile und zergliedert sie in ihre einzelnen wirkenden Komponenten. Obgleich die Wertung und Beurteilung der gewonnenen Ergebnisse den Rahmen der Strukturanalyse überschreitet, soll darüber hinaus in der folgenden Arbeit der Versuch unternommen werden, die Bedeutung und Existenzberechtigung des zu untersuchenden Objekts für die heutige Wirtschaftsverfassung hervorzuheben. Eine Beschränkung auf den Bereich des Sortiments-Großhandels ist jedoch erforderlich, da es in räumlicher Hinsicht nicht möglich ist, das Gesamtgebiet des Nahrungsmittel-Großhandels im Rahmen dieser Arbeit in allen Punkten mit der erforderlichen Sorgfalt zu bearbeiten. Die Berechtigung dieser Abgrenzung ist ferner darin zu erblicken, daß ca. 70 % aller Nahrungsmittel-Großhandlungen Sortiments-Großhandlungen sind¹⁾.

Speziell bei der analytischen Untersuchung sind Werturteile über den Handel ein guter Maßstab des Verständnisses für diejenige Wirtschaftsordnung, mit der gerade der Handel steht und fällt, nämlich die freie Marktwirtschaft. Gerade hier bei der Durchleuchtung des Handels und seiner Funktionen muß sich die Einsicht in das Wesen des Marktes und der Preisbildung am stärksten bewähren.

1) Schlicht, Jürgen: "Der Lebensmittelgroßhandel", Regensburg 1949, Seite 8.

Bevor wir das zu untersuchende Phänomen in seine Bestandteile zergliedern und diese danach in Gruppen zusammenfassen, wollen wir uns vorab mit den Urteilen bzw. Vorurteilen gegenüber dem Nahrungsmittel-Großhandel auseinandersetzen, um aus der öffentlichen Meinung als Maßstab des Verständnisses für die Marktwirtschaft und damit zugleich für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel Schlüsse zu ziehen. Bei einer Umfrage (Repräsentativerhebung vom Mai 1953) wurde festgestellt, daß von 30 % aller Befragten dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel der Vorwurf gemacht wird, daß er im Grunde eine überflüssige Belastung darstelle und keineswegs ein erforderliches Glied in der Kette des Prozesses sei, auf der die Güter über die verschiedenen Stufen der Produktion zum Verbrauch wandern, sondern lediglich eine Verteuerung der Ware bewirke. Diese sogenannte Verteuerung ist in der Handelsspanne begründet und ist meist nicht allzuweit von dem Gedanken eines erpreßten Tributs entfernt. Wenn sich ferner die staatliche Wirtschaftspolitik in einer Krise befindet und auf Schwierigkeiten bei der Wiederherstellung des Gleichgewichts zwischen Preisen und Einkommen stößt, sucht man die Ursache der ungünstigen Entwicklung im Handel und damit in seiner sogenannten überhöhten Handelsspanne, die inzwischen zum Schlagwort der modernen Handelspolitik wurde. Wenn die öffentliche Meinung teilweise den Nahrungsmittel-Großhandel mit dem Begriff der Unwirtschaftlichkeit indentifiziert, so liegen dem charakteristische Sehfehler zugrunde, die, wie noch zu zeigen ist, in keiner Weise gerechtfertigt sind. Der Nahrungsmittel-Großhandel tut letztlich nur das, was ohnehin und irgendwie getan und wofür bezahlt werden muß und arbeitet als Spezialist wirtschaftlicher als irgendein anderer in diesem Sektor.

Alle Produkte durchlaufen nach dem technischen Fertigungsprozeß zum Verbraucher einen Produktionsbereich, der weniger durch Form- und Substanzveränderung als vielmehr durch Manipulationen gekennzeichnet ist. Dies ist dadurch bedingt, daß die moderne Massenproduktion nicht immer

die individuellen Wünsche der Verbraucher hinsichtlich der Qualität und teilweise auch der Quantität einer Ware berücksichtigen kann und ferner auch räumliche und zeitliche Differenzen zwischen Produktion und Konsumtion bestehen. Dieser Produktionsbereich, schlechthin als Handel bezeichnet, umfaßt Tätigkeiten, die für die Versorgung der breiten Käufer-schichten von gleicher Bedeutung sind wie die physische Herstellung im Fabrikationsbereich¹⁾. Hierzu gehören besonders die Verpackung, der Transport, die Sortierung, die Lagerung und die Vermittlung, also Aufgaben, die unbedingt erfüllt werden müssen, wenn eine den Bedürfnissen der Verbraucher entsprechende Versorgung ermöglicht werden soll. Erfüllt der Handel die Funktionen, so kann ihm nicht das Prädikat der Produktivität²⁾ vorenthalten werden, und die aus der Manipulation erwachsenden Kosten sind als genauso begründet anzuerkennen, wie die der physischen Herstellung. Die Entscheidung darüber, ob der Handel als selbständiges Gewerbe ein notwendiges Glied des Wirtschaftskreislaufes darstellt oder nicht, kann nicht aus der Perspektive der technischen Einrichtungen, sondern nur nach dem ökonomischen Prinzip entschieden werden. Die Notwendigkeit der Handelsfunktionen ist niemals bestritten worden. Hingegen wird die Berechtigung des selbständigen Handels, der, wie die Zahlen zeigen werden, einer der Hauptträger der Handelsfunktionen ist, für einzelne seiner Teile mitunter in Frage gestellt. Ob im Einzelfalle der Durchführung der selbständige oder der an die Produktion oder der an die Konsumtion angegliederte Handel die zweckmäßigste und wirtschaftlichste Erfüllung der Handelsfunktionen

1) Vgl. dazu Amonn, Alfred: "Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundprobleme" (1. Aufl.) S. 46 f. Jena 1938.

2) Burri, Joseph: "Stellung des Handels in der national-ökonomischen Theorie" S. 633, Zürich 1913, gibt in seiner Abhandlung eine umfassende dogmengeschichtliche Darstellung des Problems der Produktivität des Handels und weist mit Recht darauf hin, daß der Produktionsbegriff nie ein rein theoretischer gewesen sei, sondern daß Produktion und Produktivität stets mit einer ethisierenden Nebenbedeutung behaftet und immer mehr oder weniger dazu gedient hätten, "gewissen politischen Werturteilen das Mäntelchen theoretischer Fundierung umzuhängen. Die Aberkennung der Produktionszugehörigkeit und der Produktivität hatte nicht bloß die Bedeutung einer theoretischen Feststellung, sondern schloß ein Urteil im Sinne minderer volkswirtschaftlicher Nützlichkeit in sich".

gewährleistet, das ist eine Frage, die im Wettbewerb gleichberechtigter Handelsarten die wirtschaftliche Entwicklung zu entscheiden hat.

Außer einer örtlichen und zeitlich richtigen Warenbereitstellung und dem Vorhandensein einer möglichst großen Auswahl ist der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel verpflichtet, dem Konsumenten dafür zu garantieren, daß er sich auch ohne große Warenkenntnis auf die Qualität der Waren verlassen kann und daß ihm bei dem Kauf vor allem in räumlicher Hinsicht Vergünstigungen eingeräumt werden. Einem Teil dieser Verbraucheranforderungen schien auch der Produzent gewachsen zu sein; jedoch hat sich gezeigt, daß auch hier das Prinzip der Arbeitsteilung sowohl für den Produzenten als auch für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel den größtmöglichen Nutzen bewirkt. Hierdurch sind jedoch nicht alle Leistungen des Nahrungsmittel-Großhandels hervorgehoben, und wir müssen uns dabei fragen, welche Leistungen dem Einkommen gegenüberstehen, das daraus erzielt wird. Die Antwort hierauf ist in den meisten Fällen, daß der Nahrungsmittel-Großhandel grundsätzlich der Verteilung der mannigfachen Güter diene. Diese Antwort ist nur bedingt richtig; denn bei dem Worte "Verteilen" geht man von dem Gedanken aus, daß irgendwo ein Vorrat gebildet wird, der dann mehr oder weniger gerecht verteilt wird. Diese Funktion hat der Großhandel jedoch nur dann zu erfüllen, wenn er verurteilt ist, nach dem Willen einer Planungsbehörde Güter zu festgesetzten Preisen nach Gattung, Qualität und Menge in einer Periode zu verteilen und wenn ihm für seine Leistung ein behördlich festgesetzter Handelsaufschlag zugebilligt wird, so wie wir es aus der Zeit vor 1948 in Deutschland kennen. Aber gerade diese Art des Handels gibt es in einem an den Grundsätzen der freien Marktwirtschaft orientierten System nicht und darf es niemals geben. Im Hinblick hierauf sagte Röpke einmal: "Wer die Marktwirtschaft mit der Freiheit der Konsumwahl und allen anderen wesentlichen Freiheiten will, muß vor allem den Großhandel wollen!"

Um die wahre Situation zu erkennen, muß man sich die Aufgabe der volkswirtschaftlichen Gesamtordnung gegenwärtigen.

Die Produzenten sind bemüht, Güter in der mannigfaltigsten Art zu produzieren, um den Wünschen der Konsumenten gerecht zu werden. In der Marktwirtschaft muß deshalb ständig ein enger Kontakt zwischen Produzenten und Konsumenten bestehen, um Herstellung und Bedarf in Einklang zu bringen. An dieser Aufgabe wirkt der Großhandel bedeutend mit. Er stimmt Verbraucherwünsche und Produktion aufeinander ab und ist aktiv an der Lenkung des Produktionsstromes beteiligt. Er ist dadurch ein nicht wegzudenkendes Organ des wirtschaftlichen Kreislaufs und ebenso wichtig wie die Produktion selbst, nicht wegen seiner sogenannten Verteilungsfunktion, sondern in erster Linie wegen seiner wirtschaftlichen Ordnungsfunktion.

Ein wesentlicher Bestandteil der Marktwirtschaft ist jedoch der freie Wettbewerb. Wenn sich der Nahrungsmittel-Großhandel zur Marktwirtschaft und damit zum Wettbewerb bekennt, denen er die uneingeschränkte Ausführung seiner Funktionen verdankt und die ihn als wichtiges Glied innerhalb der gesamten Ernährungswirtschaft anerkennen, woraus die Möglichkeit einer bedeutenden Marktstellung resultieren kann, dann ist der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel auch gezwungen, sich im Wettbewerb zu bewähren und wird im Streben um den Kunden und dessen Gunst von Mitkonkurrenten anderer Handelsformen umgeben sein. Der produktive Charakter der Großhandelsbetriebe schließt dennoch nicht aus, daß es im Nahrungsmittel-Großhandel vermeidbare Kosten und Unwirtschaftlichkeiten gibt. Jedoch ist bei dem Wettbewerb, dem der Nahrungsmittel-Großhandel in der Marktwirtschaft ausgesetzt ist, weitgehend die Gewähr dafür gegeben, daß Unwirtschaftlichkeiten, die in überhöhten Kosten ihren Niederschlag finden, in kürzester Frist beseitigt werden.

C. Hauptteil

I. Analyse des Begriffs und Wesens des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels

1. Begriff und Wesen des Handels, speziell des Großhandels

Der Handel stellt eines der ältesten volkswirtschaftlichen Untersuchungsobjekte dar. Dabei gehen jedoch die Meinungen, was unter dem Begriff Handel zu verstehen sei, stark auseinander. Unternimmt man den Versuch, die Begriffsbestimmungen der nationalökonomischen Schriftsteller miteinander zu vergleichen, so stellt man fest, daß die Definition des Handels eine den jeweiligen wirtschaftlichen Situationen entsprechende inhaltliche Deutung erfahren hat¹⁾.

Darüber hinaus hat der unterschiedliche Grad der Einsicht in die wirtschaftlichen Gesamtzusammenhänge zu einer mit dem Standpunkt des Betrachters wechselnden Auffassung über die funktionelle Bedeutung des Handels in der Wirtschaft und zu einer unterschiedlichen Auffassung bezüglich der Zweckmäßigkeit der Abgrenzungen des Begriffs "Handel" überhaupt geführt.

Umfaßt nach Schiebe²⁾ der Handel im weiteren Sinne jedes Tauschgeschäft³⁾, so definieren Rau, Roscher, Wagner, Lexis, Kleinwächter und Conrad den Handel als einen gewerbsmäßigen Einkauf und unveränderten Verkauf von Gütern zum Zwecke der Gewinnerzielung.

1) Eine eindrucksvolle Übersicht über die verschiedenen Lehrmeinungen gibt Burri, Joseph, in seiner Schrift "Stellung des Handels in der nationalökonomischen Theorie seit Adam Smith", Zürich 1913.

2) Schiebe, "Universal-Lexikon der Handelswissenschaften", Leipzig 1837/39.

3) So auch Murhard, Karl, "Theorie und Politik des Handels" Bd. 1, Göttingen 1831, S. 4. Nach ihm ist jeder Umtausch von Werten ein Handelsakt und unser Leben eine ununterbrochene Kette von Wert-Umtauschen.

Aber auch diese Definition wird unseren wissenschaftlichen Anforderungen nicht gerecht, und erst van der Borgh¹⁾ weist auf den in der Definition enthaltenen Pleonasmus zwischen Gewerbsmäßigkeit und Gewinnerzielung hin. Wieder andere Gesichtspunkte legen Koch²⁾, Ehrenberg³⁾, Schär⁴⁾, Lampe⁵⁾, Mellerowicz⁶⁾ und Seyffert⁷⁾ ihren Begriffsbestimmungen und Gliederungen zugrunde.

Da sich in der jüngsten Zeit allgemein die Auffassung durchgesetzt hat, daß es sich bei der Produktion nicht nur um die Erzeugung von Sachgütern handelt, sondern daß auch Transport und Handel dazu gehören - also die Gesamtheit aller Tätigkeiten, die notwendig sind, ein wirtschaftliches Gut in die Verfügungsgewalt derjenigen zu bringen, die es begehren - so können wir den Handel der heutigen Erkenntnis entsprechend generell wie folgt definieren⁸⁾:

Der Handel ist ein Glied des Produktionsmechanismus im weiteren Sinn und hat die Aufgabe, das erzeugte Gut zur "Ware" zu machen, d.h. es an den Markt und den Verbraucher zu führen; der Handel gibt dem Erzeugnis die Konsumreife und ist also das letzte Glied der Produktion.

-
- 1) van der Borgh, Richard: "Handel und Handelspolitik", Leipzig 1923.
 - 2) Koch, Waldemar: "Grundlagen und Technik des Vertriebes", Berlin 1950.
 - 3) Ehrenberg, Richard: "Der Handel und seine wissenschaftliche Bedeutung", Jena 1897.
 - 4) Schär, Johann: "Allgemeine Handelsbetriebslehre", Leipzig 1923.
 - 5) Lampe, Adolf: "Der Großhandel", Handwörterbuch der Staatswissenschaft, S. 334, Jena 1923.
 - 6) Mellerowicz, Konrad: "Allgemeine Betriebswirtschaftslehre", Bd. III, S. 113, Berlin 1948.
 - 7) Seyffert, Rudolf: "Wirtschaftslehre des Handels", S. 8, Köln 1951.
 - 8) Schmitt, Alfons: "Großhandel und Einkaufsvereinigungen des Einzelhandels", S. 275, München 1928.

Wie auf anderen Gebieten der Wirtschaft, so hat sich auch im Handel eine weitgehende Arbeitsteilung durchgesetzt. Diese Arbeitsteilung des Handels manifestiert sich heute in seiner fast überall durchgeführten Trennung in Groß- und Einzelhandel. Im Streben nach einer möglichst weitgehenden Arbeitsteilung haben sich im Laufe der Zeit für die Erfüllung der verschiedenartigen Aufgaben auch verschiedenartige Großhandelsformen herausgebildet.

Es würde weit über den Rahmen dieser Arbeit hinausführen, wollten wir alle die Unterscheidungen, die hinsichtlich der Formen des Großhandels in der handelswissenschaftlichen Literatur gemacht werden, aufführen und sie auf ihre Zweckmäßigkeit oder Unzweckmäßigkeit analysieren. Für die Erreichung unseres Zieles genügt es, eine typische Unterscheidungsart kurz zu betrachten.

Die gebräuchlichste Systematik des Großhandels stellt diejenige dar, die nach dem Kriterium, ob durch die einzelne Großhandelsunternehmung eine Warenbewegung über die staatlichen Grenzen veranlaßt wird oder nicht, eine Unterteilung in Binnen-Großhandel und Außenhandel vornimmt¹⁾. Diese beiden großen Gruppen können dann weiter unterteilt werden, und zwar der Großhandel in Formen, die seinem hervorstechendsten Tätigkeitsgebiet entsprechend benannt werden und der Außenhandel gemäß der Richtung seiner Handelstätigkeit, indem unterschieden wird zwischen Import- und Export- und evtl. Transit-handel. So findet man häufig in der Literatur Unterteilungen des Großhandels in Effektiv- und Spekulativhandel, je nachdem, ob die Ware vom Händler tatsächlich übernommen wird oder er sie nur an der Börse zum Zwecke der Gewinnerzielung kauft oder verkauft, ohne sie realiter zu beziehen. Wir lehnen diese Art von Einteilung aus dem Grunde ab, weil nach unserer Auffassung der Spekulativhandel gar nicht dem Großhandel zuzurechnen ist, da er nur eine sehr beschränkte Zahl von Großhandelsfunktionen erfüllt.

1) Seyffert, Rudolf: "Wirtschaftslehre des Handels", S. 115, Köln 1951.

Eine seinem Wesen entsprechende methodische Unterteilung finden wir bei Schär¹⁾, der den Binnen-Großhandel nach seinem Standort im Produktionsprozeß aufgliedert. Von diesem Gesichtspunkt aus vermag man eine vom Produzenten an aufsteigende und zum Einzelhandel absteigene Stufenleiter zu erkennen, einen sogenannten sammelnden (aufkaufenden) und einen verteilenden Großhandel.

Ebenfalls diese Systematik wendet Hellauer²⁾ an, während Hirsch³⁾ und Kosiol⁴⁾ sowie andere Autoren neben den beiden genannten Typen noch einen dritten aufführen, den sie als Produktionszwischenhandel bezeichnen.

Das äußere Unterscheidungsmerkmal ist darin zu erblicken, daß das Größenverhältnis der Absatzmengen zu den Einkaufsmengen umgekehrt ist; der sammelnde Großhandel kauft Güter in relativ kleinen Mengen ein und gibt sie in größeren Partien wieder ab, der verteilende Großhandel dagegen kauft die Ware in größeren Mengen ein und verteilt sie in einzelnen Teilmengen. Hiernach ergibt sich eine klare Trennung zwischen einem einkaufs- und einem absatzorientierten Großhandel. Innerhalb dieser beiden großen Gruppen kann letzten Endes nach der Art der gehandelten Waren und Warengruppen, wie z.B. in Lebensmittel-Großhandel, Leder-Großhandel usw. unterschieden werden. Bei allen Gliederungsversuchen des Großhandels muß man sich stets bewußt bleiben, daß man es gerade beim Großhandel mit einer Erscheinungsform der lebendigen Wirtschaft zu tun hat, die sich nicht in ein starres Schema hineinzwängen läßt. Ist schon eine klare Trennung von Aufkauf- und Verteilungs-Großhandel nicht immer möglich, so ist erst recht eine Aufteilung der Großhandelsunternehmungen einer Branche nach Großhandelstypen, wie

1) Schär, Johann: "Allgemeine Handelsbetriebslehre", S. 73, Leipzig 1913.

2) Hellauer, Joseph: "Warenverkehr", S. 26.
In: "Die Handelshochschule", 2. Aufl. Bd. III.

3) Hirsch, Julius: "Organisation und Formen des Handels", S. 49 und 82, Tübingen 1925.
In: "Grundriß der Sozialökonomie."

4) Kosiol, Erich: "Großhandel" - im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Sp. 2158, Bd. 1.

sie in der Literatur oft als durchaus möglich dargestellt wird, undenkbar, da die einzelnen Typen in der Praxis kaum rein vorkommen¹⁾.

Wenn wir nunmehr aus der gewonnenen Erkenntnis den Versuch unternehmen, eine neue Umschreibung des Großhandelsbegriffes zu schaffen, so geschieht dies nicht aus dem Bedürfnis, den vielen bestehenden Begriffsbestimmungen eine weitere hinzuzufügen. Der Grund für dieses Vorgehen ist vielmehr der, daß keine der uns zu Gesicht gekommenen Großhandelsdefinition den Großhandel so umschreibt, wie er sich in dem Wirtschaftszweig, der Gegenstand dieser Arbeit ist, tatsächlich darstellt. Hierbei beschränken wir uns absichtlich nur auf eine Großhandelskategorie, den Verteilungs-Großhandel, und schließen alles, was auch noch dem Großhandel zugerechnet werden kann, wie Spekulativ-Handel, Fremdhandel usw., aus. Gemäß unserer vorangegangenen kritischen Untersuchung läßt sich unsere Großhandelsdefinition wie folgt formulieren:

Unter Großhandel verstehen wir den regel- und gewerbsmäßigen Großeinkauf von Waren im eigenen Namen und auf eigene Rechnung und den Weiterverkauf dieser Waren in bestimmten, durch ihren Charakter bedingten Mindestquantitäten an Wiederverkäufer und Weiterverarbeiter, wobei die Form der Waren durch den Großhändler nicht oder nur unwesentlich verändert wird.

Das Wesen und die Bedeutung²⁾ des Großhandels kommt in dem sogenannten "Funktionsabkommen"³⁾ vom 28. Februar 1934 zum Ausdruck, das zwischen dem Reichsstand der Industrie und der Wirtschaftsgruppe Groß- und Außenhandel ausführlich

1) Eine ähnliche Auffassung vertritt Jessen, Jens: "Der Handel als volkswirtschaftliche Aufgabe", S. 104, Berlin 1940.

2) Vgl. hierzu S. 23 ff.

3) Abgedruckt bei Eduard von Sellner: "Der Großhandel im Blickfeld unserer Zeit", S. 33, Berlin 1936.

in den nachstehenden neun Punkten zusammengefaßt wurde.

1. Der Einkauf im Großen beim Erzeuger, Ablader¹⁾ oder Importeur und der Absatz auf dem freien Markt an Wiederverkäufer und Weiterverarbeiter.
2. Werbung und Marktsuche, d.h. Erschließung von neuen Absatzwegen für bereits vorhandene Erzeugnisse und Aufsuchung von Absatzmöglichkeiten für neue Waren.
3. Abnahme und Vertrieb von Waren auf eigenes Risiko.
4. Lagerhaltung des in der Branche üblichen Warensortiments.
5. Vordisposition, d.h. Warenbestellung auf weite Sicht und somit Förderung einer gleichmäßigen Beschäftigung der Industrie.
6. Einräumung von zusätzlichen Krediten aus eigenem Kapital und Verteilung der von den Kreditgebern und Lieferanten in Anspruch genommenen Kredite an die kreditbedürftige Abnehmerschaft mit handelsüblicher Dauer.
7. Herstellung des Ausgleiches zwischen Angebot und Nachfrage in örtlicher, preislicher, zeitlicher und mengenmäßiger Hinsicht.
8. Auswertung des gesamten Marktwissens zum Nutzen von Erzeugern und Abnehmerschaft durch Beratung über Wareneingang, Warengüte, Lagerdisposition, Absatztechnik, Werbung usw.
9. Erfüllung sozialer Aufgaben durch Erhaltung der selbständigen Existenz zahlreicher selbstwirtschaftender Einzelbetriebe und Heranziehung eines verantwortungsbewußten und unternehmungsfreudigen kaufmännischen Nachwuchses.

Die neun Punkte umfassende Funktionsliste, die zugleich die Leistungen des Großhandels charakterisiert, ist keine theoretische Konstruktion, sondern das Fundament

1) Die dem Ablader obliegenden Aufgaben werden von Sondorfer-Ottel, Rudolf "Die Technik des Welt-handels", 1. Bd., S. 325, Wien-Leipzig 1912, wie folgt umschrieben: Der überseeische Verkäufer, gewöhnlich Ablader genannt, ist zuweilen Produzent, zumeist aber Händler, der die Ware von den Farmern aufkauft, sie in exportfähiger Weise zurechtet, verpackt und zur Verschiffung nach Europa bereithält. Wie persönliche Umfragen ergeben haben, spielt der Ablader sehr häufig dem Pflanzler gegenüber die Rolle des Geldgebers, indem er die Ernte weitgehend vorfinanziert und sie meist auch in der Gesamtheit übernimmt.

einer erfolgreichen Arbeitsteilung zwischen Industrie und Handel. Sie hat sich aus dem betrieblichen Erfahrungsschatz der Großhändler entwickelt und ist zu einem verpflichtenden Berufsprogramm des Großhandels geworden. Sie fixieren die Grundanforderungen, die die Berufsorganisation des Großhandels an jeden einzelnen ihrer Angehörigen stellen muß, und der Grad ihrer Realisierung ist ein wesentliches Kriterium dafür, inwieweit ein Großhandelsbetrieb den ihnen gestellten Anforderungen gerecht wird.

2. Begriffe der Nahrungsmittel

Damit wir für unsere weiteren Ausführungen ein festes Fundament haben, ist es notwendig, zunächst den Begriff "Nahrungsmittel" kurz zu umschreiben. Dabei handelt es sich allerdings hier nicht so sehr darum, eine allgemeingültige Definition des Begriffes Nahrungsmittel herauszuarbeiten, als vielmehr um die Abklärung der Frage, was in dem von uns betrachteten Wirtschaftszweig darunter zu verstehen ist.

Grundsätzlich lassen sich die unter den Begriff Nahrungsmittel fallenden Waren in zwei große Gruppen einteilen; erstens Artikel der Nahrungs- und Genußmittel und zweitens Artikel des Hausbedarfs¹⁾. Die Nahrungs- und Genußmittel können inhaltlich mit der Legaldefinition des Begriffes Lebensmittel identifiziert werden. So versteht das Lebensmittelgesetz²⁾ unter dem Begriff Lebensmittel bzw. Nahrungs- und Genußmittel alle Stoffe, die dazu bestimmt sind, in unverändertem, zubereitetem oder verarbeitetem Zustand von Menschen gegessen oder getrunken zu werden. Ausgenommen hiervon sind diejenigen Güter, die überwiegend zur Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten bestimmt sind, d.h. also den Charakter von Arzneimitteln besitzen.

1) Vgl. Probst, Herrmann: "Der deutsche Nahrungsmittel-großhandel", S. 7, München 1934.

2) Das Lebensmittelgesetz in der Fassung vom 5. Juli 1927, veröffentlicht im Reichsgesetzblatt I, S. 134.

In der Kategorie Nahrungs- und Genußmittel ist die wichtigste Gruppe diejenige der Kolonialwaren, welcher nach dem heutigen Sprachgebrauch die meisten vom Nahrungsmittel-Großhandel importierten Lebensmittel, insbesondere Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis und Gewürze, zugezählt werden müssen. Gelegentlich findet man eine weitere Fassung des Begriffes. So sind nach Felber¹⁾ auch alle Erzeugnisse der inländischen Nahrungsmittelindustrie und der Landwirtschaft als Kolonialwaren anzusehen.

In der Bundesrepublik und in Westberlin stehen alle Nahrungs- und Genußmittel unter dem Schutz des Lebensmittelgesetzes und seinen Ergänzungsgesetzen²⁾. Hiernach unterliegen sämtliche Nahrungsmittel, die in Packungen oder Behältern an den Konsumenten abgegeben werden, einer besonderen Kennzeichnungspflicht³⁾. Ohne die vom Gesetz vorgeschriebenen Kennzeichnungen dürfen die nachstehend aufgeführten Nahrungsmittel nicht in Packungen oder Behältern feilgeboten, verkauft oder sonst in den Verkehr gebracht werden:

1. Dauerwaren von Fleisch oder mit Fleischzusatz in luftdicht verschlossenen Behältnissen sowie Fleischpasteten.
2. Dauerwaren von Fischen, einschließlich Marinaden, sowie Fischpasten, Sardellenbutter.
3. Dauerwaren von Krustentieren.
4. Milch- und Sahnedauerwaren (Dauermilch und -sahne).
5. Gemüsedauerwaren, einschließlich Trockengemüse.
6. Obstdauerwaren, einschließlich Trockenobst, Obstmus, Obstkraut, Obstkonfitüren, Marmeladen, Obstsaft, Obstgelee, Obstsirup, Obstsüßmost oder Obstdicksaft, ferner Traubensüßmost und Traubendicksaft.

-
- 1) Felber, Karl-Ernst: "Die Strukturwandlungen im Kolonialwaren-Großhandel", S. 8, Basel 1939.
 - 2) Ergänzend hierzu wird im Anhang II eine Aufstellung über den "Eiweiß-, Fett-, Kohlehydrate- und Kaloriengehalt der wichtigsten Nahrungsmittel" gebracht.
 - 3) Lebensmittelgesetz in der Fassung vom 5. Juli 1927, S. 39.

7. Honig, Kunsthonig, Rübenkraut (Rübensaft), Speisesirup.
 8. Diätetische Lebensmittel.
 9. Fleischextrakt, Hefeextrakt, Extrakte aus anderen eiweißhaltigen Stoffen, Erzeugnisse in fester und loser Form (Würfel, Tafeln, Körner, Pulver usw.) aus Fleischextrakt, Hefeextrakt oder anderen eiweißhaltigen Stoffen, eingedickte Fleischbrühe sowie die Ersatzmittel der genannten Erzeugnisse, kochfertige Suppen in trockener Form.
 10. Krebsextrakt, Krabbenextrakt.
 11. Eipulver und ihre Ersatzmittel (Volleipulver usw.).
 12. Puddingspulver, Backpulver.
 13. Gewürze und ihre Ersatzmittel sowie Gewürzauszüge.
 14. Schokolade und Schokoladenwaren, außer in Packungen unter 25 g, Schokoladen- und Kakaopulver.
 15. Marzipan und Marzipanersatz.
 16. Kaffee, Kaffee-Ersatzstoffe und Kaffee-Zusatzstoffe, Tee, Mate und Tee-Ersatzmittel.
 17. Teigwaren.
 18. Zwieback, Keks, Biskuits, Waffeln, Lebkuchen.
 19. Hafergrütze, Haferflocken, Hafermehl, Hafermark.
 20. Speiseöl, Speisefette - auch in Mischungen - ausgenommen Butter, Margarine und Kunstspeisefette.
3. Begriff und Wesen des Nahrungsmittel-Großhandels, speziell des Sortiments-Großhandels

Zur Begriffsbestimmung des Nahrungsmittel-Großhandels ist zu sagen, daß er sich - wie in fast allen Großhandelszweigen - in zwei charakteristische Typen scheidet:

- a) den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel,
- b) den Spezial-Großhandel, auch Fachgroßhandel genannt.

Entsprechend den Bedürfnissen seiner Kunden ist der deutsche Nahrungsmittel-Großhandel mit über 70 % Sortiments-Großhandel, die restlichen ca. 30 % sind Spezial-Großhandlungen¹⁾.

Der Sortiments-Großhandel steht zwischen den Produzenten und Einzelhändlern, Kleingewerbetreibenden oder Großhaushaltungen. Er führt in möglichst vollständiger Weise die

1) Vgl. Seite 7, Anmerkung 1.

im vorangegangenen Abschnitt erwähnten Nahrungs- und Genußmittel¹⁾ sowie Artikel des Haushaltsbedarfs²⁾. Dagegen gehören nicht zu seinem Sortiment: Milch- und Fleischprodukte, Eier, frische Früchte und frisches Gemüse.

Der Sortiments-Großhandel bezieht seine Waren in großen Mengen von den Lieferanten und setzt sie in kleinen Teilmengen bei seinen Kunden ab. Er erfüllt damit eine für seine Lieferanten und auch Kunden zweckdienliche Leistung. Die Lieferanten können in großen Partien absetzen, die so reichlich vordisponiert werden, daß eine gleichmäßige Produktion gewährleistet ist. Die Kunden des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels dagegen finden bei diesem nicht nur ein jederzeit greifbares Lager vor, sondern können von ihm auch kleine und kleinste Mengen beziehen, wie sie der Fabrikant wirtschaftlich nicht abgeben könnte. Die wichtigste Aufgabe dieses Großhandelszweiges ist jedoch die Sortimentsbildung. Sie bezweckt die Überbrückung der qualitativen Unterschiede zwischen Produktion und Konsumtion und steht somit - gesamtwirtschaftlich betrachtet - im Dienste der optimalen Bedarfsdeckung. Diese Leistung wird vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel in der Weise vollbracht, daß er eine größere oder kleinere Zahl von Sorten und Qualitäten bestimmter Erzeugnisse der Nahrungsmittelbranche zusammenfaßt und dadurch seinen Kunden eine begrenzte Auswahl in den verschiedenen Artikeln zur Verfügung stellt. Diese vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel übernommene Aufgabe wurde notwendig, da die Nahrungsmittel-Einzelhändler im allgemeinen nicht in der Lage sind, die in zahlreichen

-
- 1) Eine eingehende Aufzählung aller Artikel, die im Nahrungsmittelhandel vermittelt werden, findet sich bei Oder, Wolfgang, "Der Lebensmitteleinzelhandel in der heutigen deutschen Wirtschaft", S. 16, München 1937.
 - 2) In der Kategorie "Artikel des Haushaltsbedarfs" vermittelt der Nahrungsmittel-Großhandel vor allem solche Güter, die zur Aufrechterhaltung des privaten Haushalts dienen, also Gegenstände des täglichen Bedarfs und nur in geringem Maße solche, die zu dessen Einrichtung benötigt werden, wie z.B. Wasch- und Putzmittel, Kerzen usw.

Artikeln stark differenzierte Produktion zu überblicken und noch viel weniger zu beurteilen. Einkaufserfahrungen, Marktübersicht und Warenkenntnis befähigen ferner den Großhändler zu einer fachgemäßen Kundenberatung. Daß zu den bereits erwähnten Fähigkeiten noch umfangreiche Fachkenntnisse bezüglich der im Sortiment geführten Waren unerläßlich sind, ist selbstverständlich und bedarf keiner weiteren Erörterung.

In ihrer gesamten Struktur wesentlich anders sind die auf eine Warengruppe oder eine Warenart eingestellten Spezial-Großhandlungen. Sie arbeiten in der Nahrungsmittelbranche meist mit solchen Naturprodukten, die ohne große Veränderung konsumiert werden können, wie z.B. Reis, Tee und Gewürze.

Die Untersuchungen dieser Arbeit beschränken sich jedoch auf die erstgenannte Hauptform des Nahrungsmittel-Großhandels, d.h. auf den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel.

II. Analyse der Funktionen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels

Der Aufgabe dieser Arbeit entsprechend ist es erforderlich, die Handelsfunktionen des zugrunde liegenden Wirtschaftszweiges einer Strukturanalyse zu unterziehen. Die meisten Autoren der Vergangenheit behandelten in ihren Schriften über den Handel in kürzeren oder längeren Ausführungen den Fragenkomplex der Handelsfunktionen. Auf die Grundfrage jedoch, was der in der sehr verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen wie der Mathematik, der Logik und der Philosophie angewandte Ausdruck "Funktion" in bezug auf den Handel für eine Bedeutung hat, wird leider nicht eingegangen. Um Mißverständnisse von vornherein auszuschalten, sei einleitend festgestellt, was wir in diesem Zusammenhang unter einer Funktion verstehen wollen. Den Untersuchungen Lisowsky's¹⁾ folgend, besteht hier die Funktion aus einer Verrichtung, einer

1) Lisowsky, Arthur: "Zur Theorie und Systematik der Handelsfunktionen", Betriebswirtschaftliche Blätter, Heft 3, S. 198 ff, Wien 1936.

Leistung im betriebswirtschaftlichen Sinne. Hierbei ist zu bemerken, daß eine Funktion immer nur eine gliedhafte Teilleistung sein kann und nicht der gesamte Aufgabenkomplex einer Handelsstufe als eine einzige Funktion aufgefaßt werden kann, wie es vielfach getan wird. Wie wir später erkennen werden, löst sich vielmehr der gesamte Komplex in eine Anzahl von Funktionen auf.

Der Sinn und Zweck des Handels besteht grundsätzlich in der Überwindung des bestehenden Unterschiedes zwischen der technischen Erzeugung und dem Verbrauch in zeitlicher, qualitativer, quantitativer und räumlicher Beziehung. Zur Erfüllung dieser Grundaufgabe muß der Handel eine Anzahl von Leistungen vollbringen, die als "Funktionen des Handels" bezeichnet werden. Redlich¹⁾ und Hellauer²⁾ bezeichnen dagegen diese Leistungen als sekundäre oder Nebenfunktionen, hingegen die Überbrückungsleistungen als primäre oder Hauptfunktionen. Obwohl diese Handelsfunktionen als betriebswirtschaftliche Leistungen anzusehen sind, stellen sie, sofern sie sich im Sinne einer Erhöhung der gesamten wirtschaftlichen Produktivität auswirken, zugleich auch volkswirtschaftliche Leistungen dar. Sie sind eben im Sinne unserer Ausführungen ein Teil der Gesamtproduktion.

In einem großen Teil der Publikationen³⁾ ist der Versuch unternommen worden, ein für alle Kategorien und Stufen des Handels gültiges System von Funktionen aufzustellen. Die verschiedenartigen Tätigkeitsgebiete der einzelnen Handelstypen lassen einen solchen Versuch jedoch als unzweckmäßig erscheinen, zumal nicht von sämtlichen Unternehmungen stets dieselben Funktionen ausgeübt werden können. So entfällt beispielsweise die Lagerhaltungsfunktion beim Streckenhandel. Die im Folgenden

1) Redlich, Fritz: "System der Handelsfunktionen", Schmoller's Jahrbuch 1932, S. 28.

2) Hellauer, Joseph: "Warenverkehr", S. 17, In: "Die Handelshochschule", 2. Aufl. Bd. III.

3) vgl. Seyffert, Rudolf: "Wirtschaftslehre des Handels", Köln 1951, S. 8 ff.
Oberparleiter, Karl: "Funktionen und Risikenlehre des Warenhandels", Berlin 1930.
Redlich, Fritz: "System der Handelsfunktionen", Leipzig 1932, S. 27 ff.

aufgeführten Funktionen sollen somit speziell für den von uns betrachteten Großhandelszweig, den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel, gelten. Diese Funktions-systematik darf jedoch nicht zur Annahme verleiten, daß sich die Tätigkeit des Sortiments-Großhandels fein säuberlich in die verschiedenen Funktionen aufteilen läßt. Die Praxis zeigt vielmehr, daß die einzelnen Funktionen oft ineinander überfließen oder sich sogar überschneiden. Auch hier erkennen wir wieder die Grenze, die von der Praxis jeder Schematisierung wirtschaftlicher Erscheinungen gesetzt wird. Die nunmehr zu analysierenden Funktionen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels werden nicht in der Reihenfolge ihrer Bedeutung behandelt, sondern so, wie sie beim Geschäftsablauf von einzelnen Unternehmungen erfüllt werden.

1. Die Warenbewegung

a) Die Transportfunktion

Dem Nahrungsmittel-Großhandel vorgelagert sind die Betriebe, denen die Erzeugung von Nahrungs- und Genußmitteln obliegt. Aus technischen Erwägungen und Gründen der Rentabilität - wie nachfolgend ausführlich dargelegt wird¹⁾ - ist es diesen Betrieben nicht möglich, die Vielzahl der Einzelhändler mit ihren Produkten direkt zu beliefern. Es bedarf daher eines Zwischengliedes im Wirtschaftsablauf, um die Waren vom Orte der physischen Herstellung zum Orte der Letztverteilung zu transportieren und die zwischen Herstellung und Verbrauch entstehende zeitliche Differenz auszugleichen. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel hat diese Aufgabe übernommen.

Als Transportfunktion bezeichnen wir somit die Überbrückung der räumlichen Unterschiede, d. h. die körperliche Übertragung der Waren vom Großhandel zum Einzelhandel bzw. zu den Großhaushaltungen. Die frühere Fassung der Transportfunktion war weiter und beinhaltete zwei verschiedene Phasen der Raumüberbrückung, erstens die zwischen Hersteller und Großhandel und zweitens die zwischen Großhandel und Einzelhandel, wobei erstere heutzutage zu einer Funktion des Produzenten geworden ist.

1) Vgl. Seite 27.

Durch die verschiedenen Standorte seiner Kunden von seinem eigenen Lager macht die Transportleistungs-Erstellung einen beachtlichen Teil der Betriebstätigkeit des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels aus. Zur Erfüllung der Transportdurchführung stehen dem Sortiments-Großhändler grundsätzlich vier Wege offen: Erstens kann er die Ware frei Haus per Bundesbahn expedieren, zweitens kann er sie - was allerdings des hohen Portos wegen nur sehr selten vorkommt - der Bundespost übergeben, drittens hat er die Möglichkeit, eine private Transportunternehmung mit der Güterübertragung zu betrauen, bzw. Mietfahrzeuge zu benutzen und viertens schließlich kann er die Waren - wie es seit der Währungsreform ausgeprägt ist - mit eigenen Fahrzeugen den Abnehmern selbst überbringen. Er ist bei allen vier Transportmöglichkeiten gezwungen, die Transport- und Versicherungskosten bis zum Erfüllungsort seiner Kunden zu übernehmen, bedingt durch die gesetzlichen Bestimmungen des deutschen Rechts. Hierbei spielt das Automobil als rasches und relativ billiges Verkehrsmittel die wichtigste Rolle. Durch einen weitverzweigten Güterversand sind die Sortiments-Großhandlungen gezwungen, einen eigenen Fuhrpark zu unterhalten. Durch den schnellen Wiederaufbau des eigenen Fuhrparks können heutzutage ca. 90 % der vom Lager verkauften Waren mit betriebseigenen Fahrzeugen abtransportiert werden. Diese Änderung in der Transportart hat für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel sowohl Vor- als auch Nachteile, als deren wichtigste die folgenden zu nennen sind: Ein Vorteil ist vor allem die intensivere Verbindung der Großhandelsunternehmung mit ihrer Einzelhändler-Kundschaft sowie die bessere und regelmäßige Belieferung der Orte, die nicht an das Eisenbahnnetz angeschlossen sind, wodurch eine beachtliche Umsatzsteigerung erzielt werden konnte¹⁾. Die Nachteile liegen dagegen einmal bei den höheren Transportkosten, teilweise verursacht durch das Geringerwerden der durchschnittlichen Höhe der Aufträge des Einzelhändlers, für den der Bezug

1) Vgl. S. 62 und 140 - Jahresumsatz.

kleinerer Mengen sowohl kostermäßig als auch im Hinblick auf das Qualitätsrisiko zweckmäßiger ist. Ferner erwachsen ihm aus dem zunehmenden Verkauf von Anbruchmengen zusätzliche Kosten.

Obwohl die Sortiments-Großhandlungen zwecks Erhaltung ihrer Konkurrenzfähigkeit gezwungen sind, sich des für die Kunden bequemsten Transportmittels zu bedienen, spielen kostenmäßige Erwägungen bei der Wahl der Transportart eine bedeutende Rolle. Der Entwicklung des Transportwesens muß daher besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden, da die Transportkosten nach den Personalkosten den größeren Kostenkomplex im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ausmachen, wie aus nachstehender Aufstellung ersichtlich wird.

Durchschnittskosten des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels in Prozenten vom Umsatz¹⁾

Kostenarten	1949	1950	1951	1952	1953
Personalkosten	3,4	3,5	2,8	2,9	3,0
Raumkosten	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Steuern und ges. Abgaben	1,0	1,2	1,5	1,4	1,4
Transport- und Verpackungskosten	0,1	0,3	0,2	0,3	0,2
Fuhrparkkosten	1,4	1,1	1,6	1,7	1,6

Untersuchungen haben gezeigt, daß die Rentabilitätsgrenze für den Nahrungsmitteltransport mit eigenen Fahrzeugen bei 25 bis 30 km Umkreis des Betriebsstandortes liegt und die Transportleistung pro Jahr im Durchschnitt aller erfaßten Betriebe DM 150.000,-- je Lkw-Tonne beträgt²⁾. Bei vorwiegend ländlichen Betrieben beträgt sie DM 100.000,-- bis DM 130.000,-- in mittleren Städten DM 170.000,-- bis DM 190.000,-- je Lkw-Tonne, in dichtbesiedelten Gebieten DM 230.000,-- bis DM 290.000,-- und bei Stadtgrossisten des Ruhrgebietes bzw. in Westberlin DM 300.000,-- je Lkw-Tonne.

1) Errechnet auf Grund der Angaben des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, Essen.

2) "Der Lebensmittelgroßhandel", 1. Jahrgang Nr. 11, S.11.

Für die Bewältigung der Transportaufgabe benötigte der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel bei nachstehenden Jahresumsätzen folgenden Transportraum:

Bezirke	J a h r e s u m s a t z		
	DM 60.000,--	bis 2 Millionen	über 2 Millionen
ländl. Bezirke	2 t	9 - 10 t	12 - 14 t
mittl. Städte	3 - 4 t	6 - 7 t	9 - 10 t
Großstädte	2 t	4 - 5 t	6 - 8 t

Für die Wirtschaftlichkeit des Lastkraftwageneinsatzes im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ist neben den bereits erwähnten Gesichtspunkten auch die Art der eingesetzten Fahrzeuge von Bedeutung. Während der Spezial-Großhandel über schnelle Fahrzeuge verfügen muß, bedingt durch die Eigenart seiner Waren, benötigte der Sortiments-Großhandel große und schwere Lastkraftwagen für eine 8 bis 14tägige Belieferung seiner ländlichen Kunden.

Die Bedeutung, die der Übernahme der Transportfunktion durch den Großhandel zukommt, wird in ihrer Tragweite erst klar, wenn man sich vergegenwärtigt, wie die Situation wäre, wenn es keinen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel gäbe.

Die Tatsache, daß es sich jeweils um relativ geringe Mengen artgleicher Güter handelt, die dem Einzelhändler in periodischen Abständen angeliefert werden müssen, rechtfertigt die Annahme, daß die Übernahme der Transportfunktion durch die Herstellungsbetriebe Unwirtschaftlichkeiten bewirkt, die in Preissteigerungen ihren Ausdruck finden würden. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ist aber dadurch, daß er den Einzelhändler gleichzeitig mit Gütern verschiedener Art versorgt, in der Lage, sowohl den Transportraum günstiger auszunutzen als auch den Bedürfnissen der Einzelhändler durch Sortimentsanlieferung besser Rechnung zu tragen als eine vom Hersteller aufgebaute Transportorganisation.

b) Die Lagerhaltungsfunktion

Bereits im Funktionsabkommen¹⁾ wird unter Punkt 4 die Lagerhaltung des in der Branche üblichen Sortiments angeführt. Ziel der Lagerhaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels ist es, die zeitlichen Unterschiede zwischen Erzeugung und Verbrauch überbrücken zu helfen. Die von ihm vermittelten Waren sind zu einem großen Teil Ernteprodukte, also Güter, deren Produktion von Natur aus zeitlich beschränkt ist. Diese Produkte werden zu bestimmten Jahreszeiten stoßweise angeboten, wobei sich der Bedarf jedoch über das ganze Jahr erstreckt.

Durch das Warenlager des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlers wurden diese zeitlichen Inkongruenzen in Angebot und Nachfrage ausgeglichen. Diese Überbrückung der zeitlichen Unterschiede erfolgte jedoch nicht nur für Ernterzeugnisse, sondern auch für die fabrikmäßig hergestellten bzw. einem Veredlungsprozeß unterworfenen Produkte. Die Notwendigkeit einer ausgedehnten Lagerhaltung war zu einem guten Teil auch dadurch bedingt, daß der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel als ständiges Warenreservoir für den Einzelhändler zu wirken hatte, der teils wegen ungenügender Betriebsmittel, teils wegen mangelnder Dispositionsfähigkeit oft sehr knapp mit Gütern eingedeckt war und somit dem enormen Nachholbedarf der Konsumenten nach der Währungsreform nicht gewachsen war.

Der Lagerumschlag²⁾ beim Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel soll jährlich 24mal, also monatlich zweimal von-statten gehen. Er unterliegt jedoch großen Schwankungen,

1) Vgl. S. 16 ff.

2) Die durchschnittliche Lagerdauer der Waren ergibt sich aus dem durchschnittlichen Lagerbestand, indem die Umschlaggeschwindigkeit durch das ins Verhältnissetzen des Absatzes zum Lagerbestand berechnet wird. Der Jahresumsatz dividiert durch den durchschnittlichen Lagerbestand des Jahres ergibt die Absatzgeschwindigkeit; Absatz und Lagerbestand müssen dabei entweder zu Ein- oder zu Verkaufspreisen eingesetzt werden. Vgl. Seyffert "Wirtschaftslehre des Handels", S. 421, Köln 1951.

die durch die Kaufkraft der Einzelhändler oder durch falsche Dispositionen der Großhändler bedingt sein können. Ein vom Institut für Handelsforschung an der Universität Köln im Jahre 1951 durchgeführter Betriebsvergleich ergab folgende Umschlagsgeschwindigkeiten des Warenlagers für vier nach dem Jahresumsatz differenzierten Betriebsgruppen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels an zwei verschiedenen Zeitpunkten.

Gruppe	Jahresumsatz DM	Lagerumschlag / Quartal	
		I	II
1	bis 1,5 Millionen	3,8	3,6
2	1,5 bis 3 "	4,1	4,2
3	3 " 5 "	3,9	3,7
4	über 5 Millionen	4,2	4,4

Diese Angaben können als Repräsentativerhebung anerkannt werden, da in den Folgejahren keine nennenswerten Änderungen eingetreten sind. Es ist jedoch interessant festzustellen, daß von keiner der Betriebsgruppen der genormte Lagerumschlag von zwei pro Monat erreicht wurde.

Die Lagerumschlagsgeschwindigkeit ist für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel, wie überhaupt für jeden Handel, eine überaus wichtige Größe, denn sie gibt annähernd an, welches Kapital im Durchschnitt vorhanden sein muß, um das Lager zu finanzieren und um einen bestimmten Umsatz zu erreichen. Ferner gibt sie ungefähr die Größe des Mindestlagers an.

Ebenso wichtig wie die Berechnung der Umschlagshäufigkeit ist die der Feststellung der durchschnittlichen Lagerdauer. Diese Größe ist der reziproke Wert der Umschlagshäufigkeitszahl. Hat z.B. ein Betrieb einen Jahresumsatz von DM 800.000,-- Verkaufswert und beträgt der durchschnittliche Wert des Warenlagers zu Verkaufspreisen DM 125.000,--, so ergibt sich die Umschlagsgeschwindigkeit aus:

$$\frac{800.000,-- \text{ (Umsatz)}}{125.000,-- \text{ (durchschn. Lager)}} = 6,4\text{mal.}$$

Das Lager wurde also 6,4mal im Jahr umgeschlagen. Aus diesem Wert wird die durchschnittliche Lagerdauer der

einzelnen Waren errechnet, wenn man das Jahr, zu 365 Tagen gerechnet, durch die Umschlagshäufigkeitszahl dividiert oder, mit anderen Worten, 365 Tage mit dem reziproken Wert der Umschlagshäufigkeit multipliziert. In unserem Falle würde die Rechnung also folgendermaßen lauten:

$$\frac{365 \times 125.000,--}{800.000,--} \quad \text{oder} \quad \frac{365 \times 1}{6,4} = \text{rund 57 Tage.}$$

Die Kenntnis der Umschlagsgeschwindigkeit und der durchschnittlichen Lagerdauer ist für die finanzielle Führung der Betriebe von überragender Bedeutung. Es kommt weniger auf die absolute Höhe des Umsatzes und des Lagerwertes an, als vielmehr auf die Beziehung dieser beiden Wertgrößen zueinander, also auf die Umschlagsgeschwindigkeit. Denn "der schnelle Umschlag bedeutet intensive Nutzung des Kapitals, der langsame dagegen erhöhte Kosten infolge ungünstiger Ausnutzung der Betriebskräfte, hoher Zins- und Risikolast"¹⁾.

Betrachtet man hierzu den durchschnittlichen Lagerbestand für die gleichen Betriebsgruppen im gleichen Zeitraum, also im Jahre 1951, so ist festzustellen, daß er nur in der Gruppe 4 nennenswerte Schwankungen aufweist.

Durchschnittlicher Lagerbestand in DM²⁾

Gruppe	Jahresumsatz DM	Lagerbestand / Quartal	
		I DM	II
1	bis 1,5 Millionen	77.475,00	77.018,00
2	1,5 bis 3 "	140.908,00	141.347,00
3	3 " 5 "	263.270,00	266.342,00
4	über 5 Millionen	512.884,00	497.345,00

Die gesamte Lagerfläche des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels beträgt z.Z. 3 Millionen qm. Hinzu können noch die jedem Großhändler zur Verfügung stehenden Kühlflächen gezählt werden, die ca. 24.000 qm betragen.

1) Deutsch, Paul: "Die finanzielle Führung der Handelsbetriebe", Leipzig 1936.

2) Ermittelt auf Grund von Unterlagen des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln.

Eine zu umfangreiche Lagerhaltung ist nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern auch volkswirtschaftlich unzweckmäßig, da Fehlleitungen in der Produktion und somit auch in der Kapitalverwendung verursacht werden. Darüber hinaus wirken sich zu hohe Lagerbestände hemmend auf die Kapitalbildung der einzelnen Händler aus. Ist der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler gezwungen, größere Posten an hochwertigen ausländischen Produkten zu kaufen, sei es aus preislichen, qualitativen oder sonstigen Gründen, so hat er die Möglichkeit, staatliche Transitlager in Anspruch zu nehmen, ohne seine Kapitalbildung durch die Lagerkosten zu gefährden. Kauft der Sortiments-Großhändler Nahrungsmittel in großen Mengen im Auslande ein, die er nicht im vollen Umfange bei seinen Kunden absetzen kann, so kann er sie unter Zollverschluß in einem Transitlager lagern, das sich an seinem Wohnsitz befindet. Die sofortige Entrichtung der vollen Zollgebühren entfällt, und erst bei Abruf der Ware ist ein entsprechender Zoll zu entrichten, der gerade bei ausländischen Nahrungsmitteln, wie z.B. bei Kaffee, Tee und Südfrüchten, sehr hoch ist. Somit kann der Sortiments-Großhändler die sonst sofort zu zahlenden Zollgebühren für andere Kapitaldispositionen verwenden, ohne Kredite zu beanspruchen. Es liegt aber dennoch im Interesse der Händler, daß ein bestimmter Minimallagerbestand nicht unterschritten wird. Es ist deshalb, wie Brogle¹⁾ sich ausdrückt, "Aufgabe der Betriebspolitik, für denjenigen Mindestbestand zu sorgen, der für einen reibungslosen Betriebsablauf notwendig ist und denjenigen Höchstbestand nicht zu überschreiten, durch den das Geschäft finanziell geschädigt wird".

Ob im Einzelfall dieses betriebswirtschaftliche und zugleich volkswirtschaftliche Lagerhaltungsoptimum vorgelegen hat, können wir objektiv nicht entscheiden. Aus der Tatsache aber, daß die Kunden des Sortiments-Großhändlers auf Bestellung innerhalb kürzester Frist mit den gewünschten Waren ab Lager bedient wurden, kann

1) Brogle, Theodor: "Der Warenhandelsbetrieb", S. 160
In: "Betriebswirtschaftslehre", Zürich 1923.

man schließen, daß die Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandlungen den erwähnten Mindestbestand in der Regel nicht unterschritten haben.

In unserer Untersuchung muß ferner erwähnt werden, daß die Überbrückung der zeitlichen Unterschiede zwischen Herstellung und Verbrauch eines Gutes stets das Moment der Spekulation in sich trägt, indem die gelagerten Waren während der Dauer der Lagerung zum Teil ständigen Preisschwankungen unterworfen sind. Infolge der geringfügigen Lagerhaltung der meisten Einzelhändler wurden in der Nahrungsmittelbranche die durch den Koreakonflikt hervorgerufenen Schwankungen in sehr großem Umfange vom Großhandel aufgefangen, der somit gewissermaßen zum Preisregulator zwischen Hersteller und Einzelhändler wurde. Auf diese Weise bekam der Einzelhandel die Preisausschläge nur noch sehr abgeschwächt zu spüren.

2. Die Warenmanipulationsfunktion

Unter dem von uns gefaßten Sammelbegriff Warenmanipulation haben wir drei Handelsfunktionen zusammengefaßt, die in ihrem Wesen eng miteinander verbunden sind, aus diesem Grunde auch gemeinsam von uns untersucht werden. Es handelt sich hierbei um die drei dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel immanente Funktionen¹⁾:

- a) Die Sortimentsfunktion
- b) Die Qualitätsfunktion
- c) Die Quantitätsfunktion.

Die wichtigste der vorgenannten Funktionen ist im Rahmen dieser Arbeit die Sortimentsfunktion, nicht nur weil sie eine Überbrückung der qualitativen Unterschiede zwischen Herstellung und Verbrauch bezweckt und damit im Dienste der optimalen Bedarfsdeckung steht, sondern weil sie die Haupttätigkeit des zugrunde liegenden Handelszweiges

1) In ähnlicher Weise unterscheidet Seyffert "Wirtschaftslehre des Handels", S. 10. Er will jedoch als Manipulationsfunktion lediglich die Qualitätsfunktion verstanden haben.

ausmacht¹⁾. Darüber hinaus sind in ihr schon Teile jener Leistungen eingeschlossen, welche die Makleraufgaben charakterisieren und die in jeder Handelsleistung stecken, wie z.B. die Funktion der Markterschließung und die Interessenwahrung und Beratung.

Die Produzenten bringen teilweise Nahrungs- und Genußmittel der verschiedenen Qualitäten und Quantitäten auf den Markt, die in ihrer ursprünglichen Form nicht geeignet sind, den nach Absatzgebieten, Kaufkraft und ähnlichen Gesichtspunkten differenzierten Verbrauch unmittelbar zu befriedigen. So gehört zu der wichtigsten Aufgabe des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels die Zusammenfassung einer größeren oder kleineren Anzahl von Artikeln in einer oder mehreren Qualitäten zu einem Sortiment, um dem Einzelhändler eine begrenzte, zweckentsprechende Auswahl der oft in einer fast unübersichtlichen Zahl von Sorten und Qualitäten hergestellten Güter zur Verfügung stellen zu können. Verbunden mit dieser Funktion ist bei einer Anzahl von Waren das Reinigen²⁾, das Sortieren und das Mischen³⁾ verschiedener Sorten zur

-
- 1) Dennoch können wir uns der Auffassung von Tiburtius nicht voll anschließen, wenn er in seiner Arbeit "Die Bildung der Warenkreise in Groß- und Einzelhandel" - Absatzforschung und Absatzpraxis in Deutschland, S.74 - sagt, daß die Zusammenfügung von Waren zu einem Sortiment die grundlegende Leistung eines Handelsbetriebes sei.
 - 2) Verschiedene aus Übersee importierte Güter, wie Hülsenfrüchte, Rosinen und Gewürze sind infolge unsauberer Behandlung in den Erzeugungsländern oder infolge schlechter Verpackung durch Staub, Steinchen oder Sackfasern verunreinigt.
 - 3) Mit den unterschiedlichen Ernten ist auch ein variierender Geschmack der Produkte verbunden. Um nun den Konsumenten die gewünschte Qualität stets gleichbleibend liefern zu können, stellt der Sortiments-Großhandel dem Konsumbedürfnis angepaßte Kaffee- bzw. Teemischungen her, wobei man bestrebt ist, die zu vermischenden Sorten so aufeinander abzustimmen, daß ein einheitlicher Geschmack gewahrt bleibt. Solche Mischungen werden jedoch nicht nur bei Kaffee und Tee, sondern beispielsweise auch bei Öl, Wein, Spirituosen und Hülsenfrüchten vorgenommen. Damit greift der Sortiments-Großhandel nicht, wie man glauben könnte, in das Gebiet der verarbeitenden Industrie über, da die Umformung keine Verarbeitung, sondern stets nur Bearbeitung ist, wobei gewisse Güter der Konsumreife näher gebracht werden.

Bildung bestimmter Qualitäten.

Die Sortimentsaufstellung einer der größten Nahrungs-
mittel-Sortiments-Großhandlungen¹⁾ der Bundesrepublik
soll im folgenden einen Überblick über die Verschieden-
heit der Waren geben, die auf dem Markt vermittelt werden:

Bohnenkaffee	Süßstoff	Kokos, klein
Puderkaffee	Bonbons	Zitronat
Kaffee-Ersatz	Schokolade	
Tee	Pralinen	Öl
Kakao	Pfefferminz	Margarine
		Plattenfett
Erbsen	Salz	Schmalz
Bohnen	Pfeffer	Käse
Linsen	Muskat	
Graupen	Vanillestange	Gemüsekonservern
Haferflocken	Nelken	Tomatenmark
Reis	Zimt	Gurken
Teigwaren	Kapern	Sauerkraut
Sago	Kamillentee	Essig
Kartoffelmehl	Pfefferminztee	Essig-Essenz
Weizenmehl	Puddingpulver	Senf
Grießmehl	Vanillesoße	Salzheringe
Paniermehl	Backpulver	Bratheringe
Makkaroni	Backaroma	Rollmops
Nudeln	Vanillezucker	Fischkonservern
Suppenerzeugnisse	Stärkeerzeugnisse	Tüten
	Gelatine	Pergament-Ersatz
Zucker	Zwieback	Butterbrotpapier
Kandis	Gebäck	Schrankpapier
Marmelade		
Rübenkraut	Pflaumen	Scheuersand
Apfelkraut	Aprikosen	Soda
Bienenhonig	Rosinen	sonstige Waschmittel
Kunsthonig	Korinthen	sonstige Putzmittel
Preiselbeeren	Mandeln	Kernseife
Himbeersirup	Haselnußkerne	Toilettenseife
Büchsenmilch		Rasierklingen
	Kinderflaschen	Rasierseife
Weißwein	Bürsten	Haarshampoo
Rotwein	Besenstiele	
Südwein	Schrubber	Klosettpapier
Schaumwein	Aufnehmer	Salicylpapier
Spirituosen	Spültische	Glashaut
Likör	Abwaschtücher	Pektinprodukte
Limonaden	Poliertücher	Einmachhilfe
Selterswasser	Schuhkreme	
Büchsenbier	Schnürriemen	Topfreiniger
	Putzmittel	Stahlwolle
	Kerzen	Herdputzmittel
	Zahnpasta	Schmirgel
	Streichhölzer	Fliegenfänger
	Bohnerwachs	Hühnerfutter

1) Himmelreich AG, Porz/Rh., Jahresumsatz 12 Millionen DM.

Die Anzahl der Artikel wird noch dadurch vermehrt, daß von jedem wiederum mehrere Qualitäten vorhanden sein müssen.

Der Einkauf und die Sortimentsbildung dieser zahlreichen Artikel gestalten sich für den Sortiments-Großhändler zu einer zeitraubenden und kostspieligen Tätigkeit. In dem Bestreben, die Kapitalbindung bei Einkauf und Lagerung auf ein Minimum zu begrenzen und die bei Großeinkäufen üblichen Mengenrabatte sowie bei Barzahlung gebräuchlichen Skonti in Anspruch zu nehmen, ohne die vom Einzelhandel gewünschte Sortimentsbildung zu gefährden, haben sich im vergangenen Jahr zahlreiche Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandlungen zu Einkaufsgemeinschaften zusammengeschlossen¹⁾.

Die in den vergangenen Jahren groß angelegte Rationalisierungsaktion der Industrie führte zu der Herstellung großer Mengen gleicher Erzeugnisse und vermied aus Kostengründen eine qualitativ spezialisierte Produktion²⁾.

Dem Wunsch der Industrie nach Massenproduktion stand der Wunsch der Konsumenten gegenüber, die benötigten Nahrungsmittel mengenmäßig in einer den Konsumgewohnheiten des Haushalts entsprechenden Form beziehen zu können. Um beide Wünsche miteinander in Einklang zu bringen, war es erforderlich, daß vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler die entsprechenden Zerkleinerungs-, Verpackungs- und ähnliche Arbeiten vorgenommen wurden. Viele Artikel wurden erst dadurch zu verkehrsfähigen Gütern. Das Umfüllen von Öl aus Kesselwagen oder Fässern in Kannen und Flaschen, das Umpacken von Sackware in kleinere Gebinde von 50 bzw. 25 kg spielen für die Bedürfnisse des Einzelhändlers eine ebenso wichtige Rolle wie die aus dem täglichen Leben bekannten Mengenfunktionen des Einzelhändlers gegenüber den Konsumenten. Trotz des

1) siehe S. 111 f.

2) Die gleiche Erscheinung war in der Textil- und Schuhbranche anzutreffen, wie z.B. "Jeder-Mann-Schuhe", "Jeder-Mann-Anzüge" usw.

bedeutenden Umsatzes haben wir für diese zeitraubenden Arbeiten des Sortiments-Großhändlers in den Handelsbetrieben keine maschinellen Einrichtungen vorgefunden.

Je größer in der Nahrungsmittelbranche die Markenartikelproduktion wird, umso mehr verliert die erwähnte Quantitätsfunktion an Bedeutung. Da jedoch die Auftragsgröße ein wesentlicher Bestandteil der Quantitätsfunktion ist und darüber hinaus die Auftragskosten bestimmt, sei auf nachstehende Übersicht hingewiesen, die auf Grund eines Betriebsvergleichs im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel von der Rationalisierungsgesellschaft des Handels im III. Quartal 1952 erarbeitet wurde¹⁾:

Auftragsgrößenklassen DM	Meßziffer der Gesamtkosten
bis 80,--	100,--
81 " 100,--	86,4
101 " 130,--	82,8
131 " 170,--	80,2
171 " 220,--	76,7
221 " 300,--	73,7
über 300,--	64,7

Auf den ersten Blick ist ersichtlich, in welchem Ausmaß die prozentuale Kostenbelastung des Auftrages zurückgeht, je größer der Einzelauftrag wird.

Abschließend ist zu erwähnen, daß den hier behandelten Funktionen ein beachtenswertes Risiko anhaftet. Dieses Verteilungsrisiko, auch quantitatives Marktrisiko genannt, birgt in sich die Gefahr der Über- oder Unterschätzung des voraussichtlichen Bedarfs der Abnehmer. Bei einer Überschätzung des Bedarfs entstehen durch die Verlangsamung des Lagerumschlags und durch unverkäufliche Restbestände beachtliche Lager- und Kapitalkosten. Bei der Unterschätzung des Bedarfs tritt eine Umsatzminderung ein, jedoch ist die Gefahr auf ein Minimum gesunken, da

1) entnommen RKW-Kurznachrichten Nr. 125
vom 24. Januar 1955.

heutzutage wieder innerhalb kürzester Frist Nachlieferungen erfolgen können. Ein anderer Bestimmungsfaktor des Umfanges der Risiken ist die ungewisse Einschätzung der Zahl der Kunden. Risiko und Gewinnmöglichkeit in ein angemessenes Verhältnis zu bringen, ist hier wie überall ein charakteristisches Merkmal der unternehmerischen Tätigkeit des Sortiments-Großhändlers.

3. Beratungs- und Warenvermittlungsfunktion

Im Hinblick auf die zuweilen bestehende Unkenntnis in kaufmännischer und rechtlicher Hinsicht und die vielfach mangelhaften Warenkenntnisse des Einzelhändlers kommt der Beratungsfunktion des Sortiments-Großhändlers eine besondere Bedeutung zu.

Da häufig in der Fachliteratur die Beratung als Bestandteil der Werbefunktion angesehen wird, soll hier zunächst eine Klarstellung der Begriffe erfolgen. Die Beratung im Großhandel kann deswegen nicht als Bestandteil der Werbe- und Verkaufsfunktion betrachtet werden, da unter den Begriff Beratung nicht bloß die Summe jener Dienste zu verstehen ist, "die der Nahrungsmittel-Großhandel leistet, um die wirtschaftliche Position seiner Kunden zu stärken", wie Probst¹⁾ den Inhalt dieser Funktion umschreibt, sondern es fällt auch die Beratung der Produzenten hinsichtlich der von den Einzelhändlern und damit auch von den Konsumenten verlangten Qualitäten oder Ausführung einer Ware darunter.

Im vorgenannten Funktionsabkommen wird diese Funktion zutreffend mit "Auswertung des gesamten Marktwissens zum Nutzen von Abnehmerschaft und Erzeugern" umschrieben.

Im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel besteht der Inhalt der Funktion, die leider nicht von allen Großhandelsunternehmungen mit der gleichen Intensität und im

1) Probst, Herrmann: "Der deutsche Nahrungsmittel-Großhandel", S. 38, München 1934.

gleichen Umfange ausgeübt wird, vorwiegend in der Sortimentsberatung, d.h. in der Beratung der Abnehmer über das für sie hinsichtlich Warenarten, Qualitäten und Mengen zweckmäßigste Sortiment. Durch die Ausübung dieser Funktion verschafft er sich gleichzeitig einen genauen Überblick über die Wünsche der Konsumenten, die schließlich auch für die Zusammenstellung seines eigenen Sortiments maßgebend sind.

Neben der Sortimentsberatung leistet der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel dem Einzelhandel hauptsächlich darin Beistand, daß er sich zur Auskunfterteilung über die den Handel betreffenden Gesetze und Verordnungen zur Verfügung stellt, so vor allem über steuerrechtliche Fragen und solche der Lebensmittelgesetzgebung. In der Kriegs- und Nachkriegszeit spielte außerdem die Beratung in kriegs- und zwangswirtschaftlichen Angelegenheiten eine sehr große Rolle. Darüber hinaus klärt der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler seine Kunden über Buchhaltungsfragen und über die Marktlage auf, um Fehldispositionen auszuschalten und eine rationelle Lagerhaltung seiner Kunden zu ermöglichen. Durch den engen Kontakt zum Einzelhändler, der durch die Reisenden des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlers aufrechterhalten wird, hat der Großhandel positive Einflüsse im Sinne einer gesunden und vorsichtigen Geldwirtschaft auf den Einzelhandel ausgeübt.

Die Vertreter des Großhandels werden durch die Geschäftsführung der Großhandlung systematisch mit allen neuen Erkenntnissen auf warentechnischem Gebiet und bezüglich der Marktverhältnisse vertraut gemacht, um die Beratungs- und Warenvermittlungsfunktion in diesem Sinne ausführen zu können. Dabei ist ein umfassendes Fachwissen der Reisenden nicht allein für den Verkaufserfolg von Bedeutung, sondern auch für die reibungslose Abwicklung des Geschäftes und Reduzierung von Rückfragen, Mißverständnissen und Unklarheiten.

Darüber hinaus muß die Beratung in werbetechnischer Hinsicht erwähnt werden, da erst durch eine Bedarfsweckung

eine Umsatzsteigerung ermöglicht wird. Diese Bedarfsweckung ist heutzutage notwendiger als in den Jahren 1948/49, da auf fast allen Gebieten des Nahrungsmittelsektors eine Sättigung eingetreten ist. Diesen Zustand haben die Großhändler erkannt und geben den Einzelhändlern Anregungen zur Schaufenster- und Ladengestaltung sowie zur Kino- und Rundfunkreklame.

Um jedoch eine im Interesse aller an der Nahrungsmittelversorgung beteiligten Betriebe liegende Absatzerhöhung bewirken zu können, übernimmt der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler vielfach auch für seine Lieferanten umfangreiche Werbearbeiten. Diese Werbung ist, der Natur des Geschäftes entsprechend, in erster Linie an den Einzelhändler gerichtet, darüber hinaus werden aber auch die Konsumenten angesprochen. Die Kosten der Werbung im gesamten Nahrungsmittel-Großhandel betragen zur Zeit ca. 1 % vom Umsatz.

Begnügte man sich bis zum Jahre 1950 in der Ausübung der Beratungsfunktion hauptsächlich mit der mündlichen Beratung, so bedient man sich in neuerer Zeit für die Erteilung von Ratschlägen der schriftlichen Form.

Im Dienst der schriftlichen Beratung stehen vor allem die monatlichen Hauszeitschriften, wie z.B. das "Magazin des Einzelhändlers", das regelmäßig Aufsätze und anregende Artikel über geeignete Kundenwerbung, zweckmäßige Schaufensterausstattung, Behandlung der Waren, Verkaufspsychologie und ähnliche Themen behandelt. Hervorzuheben ist hierbei, daß eine solche Hauszeitschrift gleichzeitig Mittler zwischen Erzeuger, Großhandel und Einzelhandel ist.

Welches Gewicht der anderen Seite der Beratungsfunktion, der Beratung des Lieferanten, zukommt, ist für den Außenstehenden schwer zu beurteilen, da darüber im allgemeinen Stillschweigen bewahrt wird. Es steht jedoch fest, daß für die Produzenten, die nicht zugleich Lieferanten des Einzelhandels sind, die Beratung durch den Großhandel von sehr großer Bedeutung ist. Nur so ist es ihnen in

in der Regel möglich, sich über die Wünsche der Konsumenten hinsichtlich Ausführung, Aufmachung, Qualität usw. der von ihnen produzierten Güter zu orientieren. Die Frage, ob dieser Teil der Funktion von den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlern ebenso oder weniger ausgeübt wird, läßt sich mangels Unterlagen nicht eindeutig beantworten; es ist jedoch nicht einzusehen, weshalb sich der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel mit der Beratung der Lieferanten in geringerem Maße befassen soll, liegt es doch im Interesse jeder auf der Großhandelsstufe tätigen Unternehmung, daß mit der vermittelten Ware die Wünsche der Konsumenten möglichst vollständig befriedigt werden.

Mit der Ausübung dieser Funktion nimmt der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler gegenüber dem Einzelhändler eine Vertrauensstellung ein. Bei richtiger Funktionausübung wird das Resultat seiner Bemühungen in einer Steigerung der Rentabilität sowohl bei seinen Abnehmern wie auch bei ihm selbst bestehen. Die Erfüllung dieser Funktion wirkt sich aber auch gesamtwirtschaftlich günstig aus, trägt doch der Großhandel durch Beratung seiner Kunden und Lieferanten zur Ausrichtung von Produktion und Konsumtion bei und hilft dadurch eine Fehlleitung von Produktionsmitteln vermeiden.

4. Die Finanzierungsfunktion

Die Finanzierungs- oder Kreditgewährungsfunktion, wie sie auch genannt wird¹⁾, gehört im Gegensatz zu den bereits behandelten Funktionen nicht zu jenen Großhandelsfunktionen, die die Warenbewegung bzw. -verteilung

1) In der Literatur wird gelegentlich zwischen zwei verschiedenen Funktionen unterschieden, der Kreditfunktion und der Finanzierungsfunktion, je nachdem, ob die Kredithingabe durch den Großhandel in Geld oder in Ware erfolgt. In beiden Fällen bleibt jedoch der Funktionsinhalt - die Finanzierung des Warenumschlages durch den Großhandel - derselbe, und es kann deshalb in unserer Untersuchung auf eine Zweiteilung der Funktion verzichtet werden.

unmittelbar bewirken. Dies schließt jedoch nicht aus, daß sie unter bestimmten ökonomischen Voraussetzungen geradezu Bedingung für den Warenaustausch sein kann¹⁾. In dieser Tatsache liegt die große volkswirtschaftliche Bedeutung der Finanzierungsfunktion begründet.

Ausgeübt wird die Finanzierungsfunktion vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel in den allermeisten Fällen in der Weise, daß er sich die gelieferte Ware von seinen Kunden nicht bar bezahlen läßt, sondern ihnen für den Gegenwert einen kurz- oder langfristigen Kredit einräumt. In den meisten Fällen liegt also ein reiner Warenkredit gegenüber den Einzelhändlern vor; der Geldkredit spielt wegen der schmalen Kapitaldecke der Sortiments-Großhändler in den letzten Jahren eine weit geringere Rolle. Aber auch eine Kreditgewährung in aufsteigender Richtung war früher sehr üblich, nämlich die Bevorschussung künftiger Lieferungen der Produzenten²⁾, jedoch ist diese Art der Kredithingabe durch die Nachkriegsereignisse von geringer Bedeutung geworden. Uns ist im Nahrungsmittel-Großhandel kein einziger Fall bekannt geworden.

Die Ursache der Kreditbeanspruchung durch den Einzelhandel liegt weniger darin begründet, daß auch er seinen Kunden die Ware teilweise auf Kredit liefern muß, als vielmehr in der ausgesprochenen Kapitalschwäche sehr vieler Einzelhändler. Viele eröffneten auf Grund der Aufhebung der Bewirtschaftung von Lebensmitteln und durch die im Grundgesetz verankerte Gewerbefreiheit Geschäfte, ohne die notwendigen Mittel zur Anschaffung eines hinreichenden Warenlagers zu besitzen und sind deshalb, da ihnen auch meist mangels genügender Kreditsicherung die Inanspruchnahme

1) Hellauer, Joseph: "Der Einfluß der Vertragsbedingungen" in "Absatzforschung und Absatzpraxis", S. 69 - kommt deshalb sogar zur Behauptung, die Kreditfunktion sei eine der wichtigsten Funktionen des Großhandels und dieser finde an ihr eine der Hauptstützen seines Bestehens.

2) Über die gebräuchliche Bevorschussung der Produktion durch den Großhandel berichtet Gruntzel, Joseph: "System der Handelspolitik", 3. Auflage, Wien 1928, S. 42.

von Bankkrediten nicht möglich war, auf den Großhandelskredit unbedingt angewiesen¹⁾.

Von den beiden Möglichkeiten der Ausübung der Finanzierungsfunktion durch den Großhandel, d.h. der Gewährung eines Warenkredits oder eines Geldkredits, spielt der Warenkredit die wesentlich größere Rolle. Es liegt auf der Hand, daß man beim Warenkredit von einer Erfüllung der Finanzierungsfunktion nicht erst, wie es gelegentlich getan wird, sprechen kann, wenn eine Kreditierung der Warenlieferung über das im Handel übliche Ziel hinaus erfolgt; es ist vielmehr so, daß ein Kreditverhältnis bereits in dem Augenblick entsteht, in dem sich der Verkauf nicht Zug um Zug - Ware gegen Geld - vollzieht, sondern wenn für die Bezahlung ein längerer oder kürzerer Aufschub gewährt wird.

Die Warenmenge, die ein Käufer zu beziehen in der Lage ist, wird natürlich um so umfangreicher, je größere Kredite und je längere Zahlungsziele ihm seitens des Verkaufenden eingeräumt werden. Im Kampf um den Absatz ist deshalb die Kreditierung der Warenlieferungen eines der wirkungsvollsten Mittel. Ein sehr interessantes Bild gibt uns nachstehende Tabelle der durchschnittlichen Debitoren- und Kreditorenziele²⁾.

Gruppe ³⁾	1950							
	I. Qu.		II. Qu.		III. Qu.		IV. Qu.	
	K	L	K	L	K	L	K	L
I	20	27	21	31	17	31	18	22
II	22	18	25	20	19	15	21	18
III	21	16	18	15	20	18	20	17

K = Kundenziele in Tagen; L = Lieferantenziele in Tagen.

- 1) Die Mitgliederversammlung des Verbandes des Deutschen Nahrungsmittel-Großhandels am 1. Juli 1953 in Bonn hat sich eindeutig zur Erfüllung "aller" Großhandelsfunktionen bekannt.
- 2) Entnommen der Statistik des Verbandes des Deutschen Nahrungsmittel-Großhandels 1950/51.
- 3) Es handelt sich hierbei um drei nach den Jahresumsatz differenzierten Betriebsgruppen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels.

In den darauffolgenden Jahren mußte festgestellt werden, daß sowohl die Lieferanten wie auch die Nahrungsmittel-Großhändler ihre Zahlungsziele bedeutend erhöht haben. So hat der Großhandel seinen Kunden das Zahlungsziel ungefähr auf 5 bis 6 Tage verlängert, während der Lieferant eine Erweiterung von 4 Tagen vornehmen mußte. Ursache war einerseits die geringe Kaufkraft der Bevölkerung bzw. die Verlagerung der Kaufkraft auf langlebige Wirtschaftsgüter und ferner die große Erwerbslosigkeit.

Zahlen über das Ausmaß der vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel dem Einzelhandel gewährten Kredite existieren zur Zeit leider nicht.

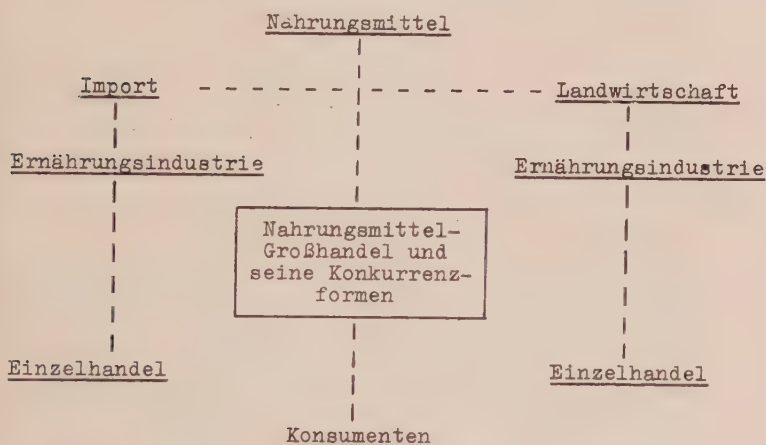
In Ermangelung dessen sei hier auf die im Jahre 1935 vom Statistischen Reichsamt durchgeführte Enquete über den Umfang der Forderungen im Großhandel hingewiesen. Hierbei mußte man feststellen, daß sich die Forderungen im Nahrungsmittel-Großhandel auf annähernd 50 % des Gesamtkapitals beliefen. Es besteht daher kein Grund zur Annahme, daß heutzutage eine Verbesserung eingetreten ist.

Das mit der Finanzierungsfunktion verbundene Risiko ist offenkundig; dem Kreditgeber droht die Gefahr, entweder die laufenden Zinsen, sofern solche abgemacht sind, oder den kreditierten Betrag nicht zu erhalten. Dabei soll das sogenannte zeitliche Marktrisiko des Kredits, d.h. mit der Krediterteilung verbundene Gefahr einer Geldwert- oder Zinsfußänderung in dieser Untersuchung unberücksichtigt bleiben. Das Kreditrisiko ist ein Erfüllungsrisiko, das mit dem Tauschpartner und der Zahlung zusammenhängt.

Ohne die Erfüllung aller Großhandelsfunktionen könnte der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel seine volkswirtschaftlich so bedeutungsvolle Aufgabe nicht erfüllen. Da innerhalb der Ernährungswirtschaft der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel Abnehmer und Lieferant zugleich ist, sind wir gezwungen, im Rahmen unserer Analyse die Ernährungswirtschaft eingehender zu untersuchen.

III. Die Struktur der Ernährungswirtschaft

Betrachtet man den strukturellen Aufbau der Ernährungswirtschaft vom Standpunkt des Nahrungsmittel-Großhandels, so ist zwischen Betrieben des vorgelagerten und solchen des nachgelagerten Marktes zu unterscheiden. Die nachfolgende Skizze soll die Marktstellung und die Struktur des Betriebsaufbaues verdeutlichen.



Die für die Befriedigung der Bedürfnisse einer Volkswirtschaft benötigten Nahrungsmittel werden der Volkswirtschaft entweder durch binnenländische Eigenproduktion (Landwirtschaft) oder aber auf dem Wege des Imports zugeführt. Bei den durch Import und landwirtschaftliche Produktion angelieferten Gütern handelt es sich in der Regel um Waren, die, bevor sie an den Endverbraucher weitergeleitet werden können, erst noch durch den Handel und / oder durch die Ernährungsindustrie einer Weiterverarbeitung¹⁾ unterzogen werden müssen.

1) Der Begriff soll in einem allumfassenden Sinn verstanden werden, d.h. es sind auch alle Warenmanipulationen des Handels einbezogen.

1. Die binnenländische Produktion (Landwirtschaft)¹⁾

Deutschland entwickelte sich unter dem Einfluß der in der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts beginnenden Industrialisierung in rund 50 Jahren von einem Agrarüberschußland, das es noch bis 1870 war, zu dem neben Großbritannien größten Agrarzuschußland der Erde. Die landwirtschaftliche Nutzfläche von fast 36 Millionen ha in Deutschland im Jahre 1880 sank durch Gebietsverluste auf 14,1 Millionen ha im jetzigen Bundesgebiet, während die auf diesen Nahrungsraum angewiesene Bevölkerung jetzt 3,2 Millionen größer ist als vor 70 Jahren.

Angenommen, der durchschnittliche Pro-Kopfverbrauch von Nahrungsmitteln und die durchschnittlichen Erträge je Einheit der landwirtschaftlichen Nutzfläche, hätten sich in diesem Zeitraum nicht nennenswert verändert, so hätte der Grad der volkswirtschaftlichen Selbstversorgung im gleichen Umfang absinken müssen wie der je Kopf der Bevölkerung vorhandene Nahrungsraum. Der Grad der Selbstversorgung lag 1880 bei 95 v.H., 1949 bis 1953 lag er jedoch nicht wie erwartet bei 40, sondern bei 65 v.H. Der Hauptgrund für diese relativ günstige Entwicklung ist die starke Erhöhung der Flächenproduktivität in der Landwirtschaft.

Bei einem Vergleich der jetzigen Situation mit der Lage vor dem zweiten Weltkrieg (Selbstversorgungsgrad lag bei 80 v.H.) ergibt sich bei den Grundnahrungsmitteln die Tatsache, daß nur in zwei Fällen keine Veränderung eingetreten ist. Mit Kartoffeln versorgt uns der eigene Boden damals wie heute vollständig. Dagegen müssen Margarineerohstoffe, also Ölsaaten aller Art, jetzt ebenso wie früher zu 100 % importiert werden. Die Verschlechterung der Versorgungslage ist besonders auf dem Zuckersektor auffällig. Obwohl gerade hier eine erstaunliche Produktionszunahme durch eine Anbauerweiterung und die nicht zu unterschätzenden Erfolge im Saatgut erzielt wurden,

1) Die folgenden Zahlenangaben entstammen der Zentralen Markt- und Preisbildungsstelle der Deutschen Landwirtschafts GmbH in Frankfurt/Bonn.

müssen 40 v.H. des Bedarfs aus dem Ausland bezogen werden. Der Verlust der weiten Rübenfelder in Mittel- und Ostdeutschland ist durch Anbauerweiterung nicht auszugleichen. Fast ebenso empfindlich ist die Einbuße bei Brotgetreide. Die Getreidelücke ist in Wirklichkeit erheblich größer, da die Fleischversorgung, an der direkte Importe nur mit etwa 1/10 beteiligt sind, nur durch die Hilfe von beträchtlichen Futtergetreideeinfuhren im eigenen Lande zustande gebracht werden kann. Diese Tatsache wird in den kommenden Jahren den westdeutschen Agrarpolitikern viel Sorge bereiten.

1936	SELBSTVERSORGUNGSGRAD unserer Ernährung	1953
100 %	Brot- und Getreideprodukte	65 %
100 %	Kartoffeln	100 %
100 %	Zucker	60 %
100 %	Fleisch	90 %
90 %	Butter	100 %
0 %	Margarine-Rohstoffe	0 %

Bei Fett ist die Lage dadurch gekennzeichnet, daß der Verbrauch sich - in Übereinstimmung mit der Entwicklung in der übrigen Welt - der billigeren Margarine zugewandt hat und die Butter entsprechend vernachlässigte. Wenn nicht handelspolitische Gründe es nahelegten, brauchte die Bundesrepublik bei der jetzigen Butterproduktion überhaupt keine MilCHFette einzuführen; Import und Überhang gleichen sich praktisch aus. Neuerdings wird durch einen Butterexport sogar eine Markterleichterung herbeigeführt. Der eigentliche Ausweg liegt jedoch offensichtlich in einer Ausweitung des Trinkmilchverbrauches, die durch Qualitätssteigerung und Verbesserung der Absatzorganisation erreicht werden soll. Die Steigerung der landwirtschaftlichen Produktion wird gerade in dem der Untersuchung zugrunde liegenden Zeitraum immer dringender, da nach der Beendigung des Marshallplanes alle aus dem Dollarraum eingeführten Waren und Nahrungsmittel aus deutschen Exporterlösen finanziert werden müssen.

Jedoch hat die starke Gläubigerposition der Bundesrepublik in der Europäischen-Zahlungs-Union diese Gefahr abgeschwächt. Die Absatzmöglichkeiten der landwirtschaftlichen Erzeugnisse hängen entscheidend von der Kaufkraft der Verbraucher ab, da die Subventionen und sonstigen staatlichen Hilfsmaßnahmen weitgehend eingestellt wurden. Die Beobachtung der landwirtschaftlichen Märkte kann daher an der jeweiligen Entwicklung der Verbraucherkaufkraft nicht vorübergehen.

2. Der Import

Die Außenhandelsgeschäfte werden als Eigenhandelsgeschäfte oder als Kommissionshandelsgeschäfte betrieben. Soweit es sich um Einfuhrgeschäfte handelt, tritt der Importeur selbst als Käufer der einzuführenden Waren auf und setzt diese für eigene oder fremde Rechnung im Inland ab.

Wie an anderer Stelle¹⁾ festgestellt wird, reicht die Kapazität der deutschen Landwirtschaft nicht aus, um den Gesamtbedarf der deutschen Ernährung zu decken. Aus diesem Grunde ist die deutsche Volkswirtschaft gezwungen, in erhöhtem Maße Nahrungsmittel aus dem Auslande einzuführen. Die Bezahlung der Nahrungs- und Futtermiteleinfuhr ist auf die Dauer nur mit dem Erlös aus dem deutschen Export möglich. Der Industrieexport wiederum ist durch die Aufnahmefähigkeit und Aufnahmebereitschaft der Importländer begrenzt und in seinem Umfang von der wirtschaftlichen Situation auf dem Weltmarkt abhängig.

1) Vgl. Seite 48 und 49.

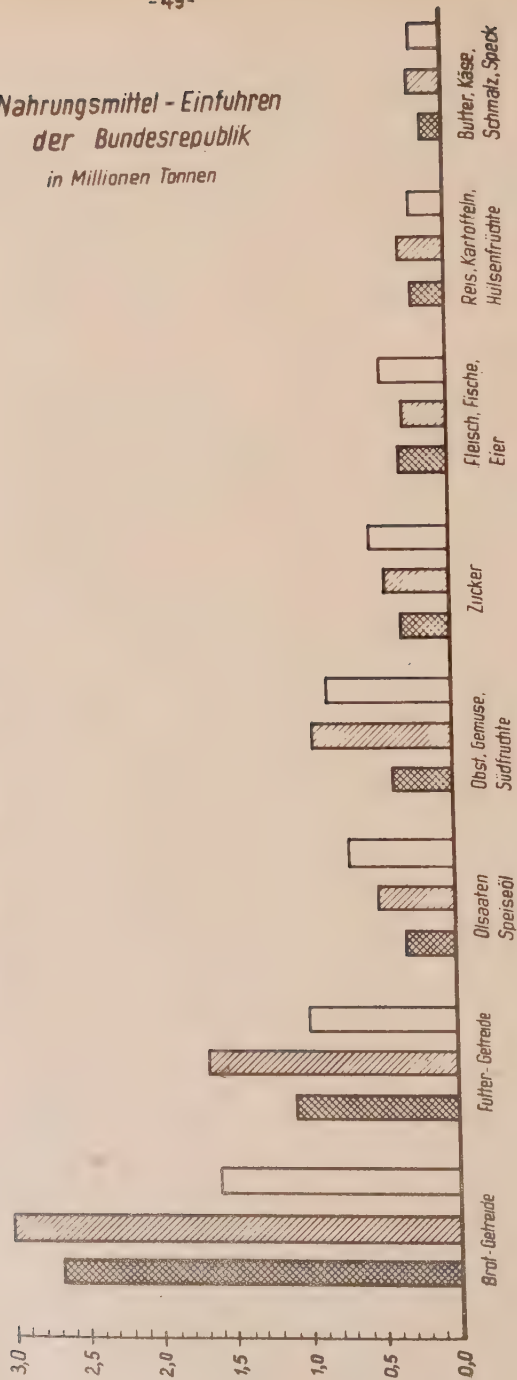
Einfuhrentwicklung in der Bundesrepublik 1)

Warengruppen	1950	1951	1952	1953	1954
	in Millionen DM				
Ernährungsw.incl.leb. Tiere	5013,4	5876,8	6064,7	5852,0	7151,0
Nahrungsmittel tier. Ursprungs	1276,9	1046,6	941,4	1075,6	1275,7
Nahrungsm. pflanz. Ursprungs	3100,5	4128,2	4269,7	3689,4	4428,1
Genußmittel	407,9	541,3	702,4	881,5	1200,2
Gewerbliche Wirtschaft	6360,5	8849,6	10138,2	10158,4	12186,1
Gesamte Einfuhr	16159,2	20442,5	22116,4	21657,2	26241,1

1) entnommen: "Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland", Jahrgang 1954, Wiesbaden.

Nahrungsmittel - Einfuhren der Bundesrepublik in Millionen Tonnen

Juli 1948
 März 1949
 1949
 1950
 1951



In diesem Zusammenhang ist es unbedingt erforderlich, die Einfuhrentwicklung in der Bundesrepublik und den Anteil von land- und ernährungswirtschaftlichen Gütern am Gesamtimport festzustellen¹⁾.

Die Einfuhrabhängigkeit der Bundesrepublik resultiert aus der Tatsache, daß nur 65 % des Nahrungsmittelbedarfs durch Eigenproduktion aufgebracht werden können. 35 % der benötigten Nahrungsmittel müssen auf dem Importwege beschafft werden. Wertmäßig liegen die Einfuhren der Ernährungswirtschaft mit 5,9 Milliarden DM etwa auf gleicher Höhe wie die Nahrungs- und Genußmitteleinfuhren des deutschen Reiches im Jahre 1928. Auf den Kopf der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik umgerechnet ergeben sich 1951 wertmäßig 107,3 DM Netto-Einfuhrbedarf gegenüber 21,0 RM im Jahre 1936 im alten Reichsgebiet²⁾, wobei Geldwertänderungen unberücksichtigt bleiben müssen.

3. Der Produktionszwischenhandel

Der Produktionszwischenhandel (Handel mit Rohstoffen, Halbfabrikaten und Hilfsstoffen) gehört zu den wichtigsten Haupttypen des Großhandels. Überall da, wo die Struktur der Landwirtschaft zu einer Nahrungsmittelproduktion in relativ kleinen Mengen führt, und die Ernährungsindustrie demgegenüber für ihren Produktionsprozeß auf die Anlieferung großer Nahrungsmittel-Rohstoffmengen angewiesen ist, schaltet sich zwischen Urproduktion und weiterverarbeitender Industrie der Aufkaufhandel ein³⁾. Durch Zusammenfassung großer Nahrungsmittelmengen sichert er die Wahrung des ökonomischen Prinzips, da nur auf dieser Basis die Voraussetzung für eine wirtschaftliche Transportgestaltung (Waggon- und ganze Schiffsloadungen) geschaffen werden kann.

1) Vgl. graphische Darstellungen auf Seite 48 und 49.

2) Vgl. "Einfuhren der Ernährungswirtschaft"
Anhang V Seite 132 und Anhang VI Seite 133.

3) Vgl. Ausführungen auf Seite 15.

Eine Großhandelsorganisation ist im Rahmen des Nahrungsmittelankaufes auch dann erforderlich, wenn es sich bei den produzierten Nahrungsmitteln bereits um verbrauchsreife Waren handelt. Dies im besonderen deshalb, weil nur auf diesem Wege die für die Versorgung wichtigen langfristigen (Übersee)-Geschäfte abgewickelt werden können.

Über den Aufkaufhandel hinaus erfordert auch die weitgehende Arbeitsteilung innerhalb des Bereiches der weiterverarbeitenden Ernährungsindustrie die Zwischenschaltung von Großhandelsorganisationen.

Der im Aufkaufhandel und im Handel zwischen den Produktionsstufen tätige Großhändler wird vielfach zugleich zum Träger zahlreicher Manipulationsfunktionen, da das Auftreten verschiedener Gütegrade bei den einzelnen Waren Sortierungen, Qualitätsüberprüfungen, Neuverpackungen usw. erforderlich machen. Speziell beim Kaffee-Handel kommt diesen Tätigkeiten heutzutage besondere Bedeutung zu.

4. Die Ernährungsindustrie

Mit ihren rund 17.000 Betrieben und einem Produktionswert von ca. 13 bis 14 Milliarden DM jährlich nimmt die Ernährungsindustrie einen führenden Platz in der Wirtschaft der Bundesrepublik ein¹⁾.

Die starke Einfuhrabhängigkeit bezüglich der für die Produktion von Nahrungsmitteln benötigten Rohstoffe - etwa die Hälfte aller Rohstoffe müssen importiert werden - macht es notwendig, daß sowohl dem sich auf den Bereich der Nahrungsmittelwirtschaft erstreckenden Teil der Außenhandelspolitik, als auch der Agrarpolitik in der Bundesrepublik besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird.

1) Die Aufstellung auf Seite 52 gibt einen Überblick über den Grad der Spezifizierung und der Zahl der Beschäftigten im Bereich der Ernährungsindustrie.

Die deutsche Ernährungsindustrie¹⁾
(Aufgliederung in Industriegruppen)

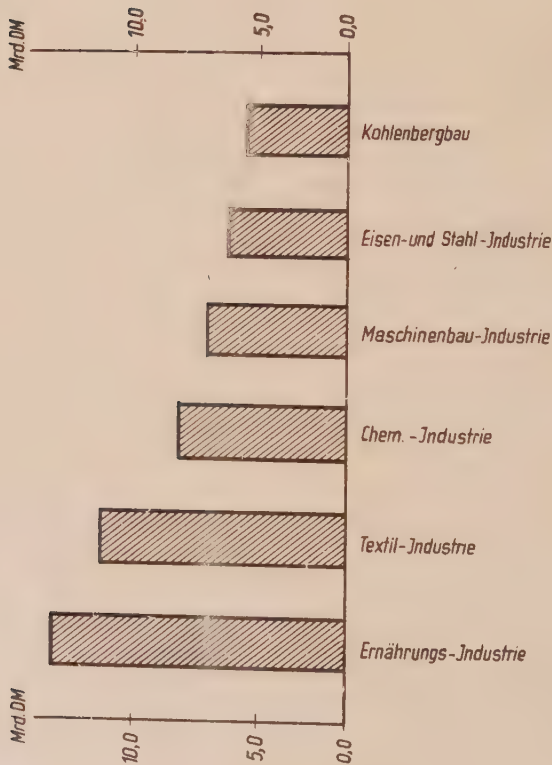
lfd. Industriegruppen	Betriebe	Betriebe insges. %	Beschäft- tigte	Beschäft. insges. %
1. Mühlenindustrie	938	5,4	20.000	5,7
2. Nahrungsmittel-Industrie	718	4,2	23.511	6,7
3. Stärke-Industrie	26	0,2	3.146	0,9
4. Kartoffeltrocknungs-Industrie	14	0,1	163	0,1
5. Futtermittel-Industrie	230	1,4	3.756	1,1
6. Brot-Industrie (ohne Dauerbackwaren)	715	4,1	19.981	5,7
7. Süßwaren-Industrie	1.041	6,1	46.512	13,1
8. Fleischwaren-Industrie	418	2,5	16.808	4,8
9. Fischverarbeitende Industrie	528	3,1	16.457	4,7
10. Molkereien und milchver- arbeitende Industrie	3.512	20,6	43.728	12,5
11. Ölmühlen und Margarine-Industrie	212	1,3	14.512	4,1
12. Zucker-Industrie	77	0,5	14.174	4,1
13. Obst- und gemüseverarbeitende Industrie	1.323	7,8	27.203	7,8
14. Kaffeeverarbeitende und Kaffee-Ersatz-Industrie	333	1,9	6.403	1,8
15. Teeverarbeitende Industrie	21	0,1	162	0,1
16. Essig, Senf, Essenzen-Gewürze- Industrie	473	2,7	8.215	2,3
17. Nährhefe-Industrie	-	-	84	0,1
18. Eisgewinnung	78	0,5	1.505	0,4
19. Brauerei- und Mälzerei-Industrie	1.147	6,7	45.127	12,9
20. Spiritus-Industrie	2.707	15,9	21.993	6,3
21. Weinverarbeitende Industrie	159	0,9	2.788	0,8
22. Mineralwasser- und Limonaden-Industrie	2.387	14,0	14.071	4,0
i n s g e s a m t	17.057	100,0	350.299	100,0

1) Vgl. Arbeitsstättenzählung 1950 in "Die Industrie der Bundesrepublik Deutschlands", Teil I, Heft 9, im September 1951, herausgegeben vom Statistischen Bundesamt Wiesbaden.

Ernährungsindustrie Bundesgebiet

im Vergleich mit anderen Industrie-Zweigen

*Jahresumsatz 1950
in Milliarden DM*



*Der graphischen Darstellung liegen Zahlen des Statistischen Bundesamtes
in Wiesbaden zugrunde.*

Gleichermaßen mit der Landwirtschaft wie mit der gewerblichen Wirtschaft verbunden, nimmt die Ernährungsindustrie auf der Nahtstelle zwischen diesen beiden Wirtschaftsbereichen in vieler Hinsicht eine Sonderstelle ein.

Ein zweckmäßiges Mittel zur Illustrierung der Bedeutung eines Wirtschaftszweiges ist im allgemeinen die Angabe der Zahl der in ihm Beschäftigten. Dies trifft jedoch bei ausgesprochenen kapitalintensiven Wirtschaftszweigen wie dem Großhandel, in dem - gemessen am investierten Kapital und den Umsätzen - die Zahl der Beschäftigten äußerst gering ist, nicht vollinhaltlich zu. Gleichwohl hat die Erhebung eine ganz ansehnliche Zahl von beschäftigten Personen ergeben. So waren im Jahresdurchschnitt 1950 insgesamt 269.000 Personen beschäftigt. Damit steht die Ernährungsindustrie, gemessen an der Zahl der beschäftigten Personen, an sechster Stelle innerhalb der deutschen Industrien. Da jedoch die Arbeitsproduktivität der Ernährungsindustrie, gemessen am Monatsumsatz, bedeutend höher liegt als in allen anderen Industriezweigen, besagt die Zahl der Beschäftigten allein noch nichts über die der Ernährungsindustrie wirklich zukommende Stellung in der deutschen Wirtschaft.

So wurden u.a. im ersten Halbjahr 1949 für die Ernährungsindustrie 2.825,-- DM als der monatliche Umsatzanteil je Beschäftigten ermittelt¹⁾.

Nach Ermittlungen des Statistischen Bundesamtes entfielen vom Gesamtumsatz des Bundesgebietes im Jahre 1950 in Höhe von 80,4 Milliarden DM rund 11,7 Milliarden DM oder 14,6 % auf die Ernährungsindustrie. Ein Vergleich mit dem zweiten Halbjahr 1949, als dieser Anteil noch 17,0 % betrug, zeigt, daß die Ernährungsindustrie vom Produktionsanstieg im Jahre 1950 weit weniger als die gewerbliche Wirtschaft erfaßt wurde. Während im Ausland die Ernährungsindustrie der allgemein steigenden Tendenz zu folgen vermochte, verhindert der große Nachholbedarf der deutschen Bevölkerung an Grundnahrungsmitteln und an Nichtlebensmitteln

1) In Anlehnung an Artikel von Dr. Bast; Mitglied der Geschäftsführung der Deutschen Ernährungsindustrie, "Sonderheft - Der Volkswirt - Ernährungsindustrie".

eine wesentliche Verbrauchserhöhung bei hochwertigen Veredelungserzeugnissen der Ernährungsindustrie.

Auch der Auslandsumsatz der Ernährungsindustrie spielt in diesem Zeitraum eine nicht unbeträchtliche Rolle. Er betrug zu Beginn des Jahres 1950 zwar nur eine Million DM, erfuhr aber im IV. Quartal 1950 eine beträchtliche Belebung, so daß der Gesamtumsatz bis Ende 1950 auf rund 25,3 Mill. DM angestiegen war. Im Januar 1951 ist allerdings ein beträchtlicher Rückgang zu verzeichnen und mit rund 2 Mill. DM näherte sich der Auslandsumsatz wieder dem Stand von Juni 1950. Die Ursache dieser Umsatzschrumpfung ist in den Auswirkungen des Koreakonfliktes zu suchen. In den darauffolgenden Jahren steigt er ständig an. Den Hauptanteil des Auslandsumsatzes stellen im Jahre 1950 mit rund 5,5 Mill. DM die Erzeugnisse der Fleischwaren-, Ölmühlen-, Margarine- und Mühlenindustrie dar¹⁾.

Zu erwähnen bleibt noch der Standort der Ernährungsindustrie. Der Schwerpunkt der Gesamtproduktion mit rund $\frac{1}{3}$ des Umsatzwertes liegt in Nordrhein-Westfalen. Diese Tatsache wird verständlich, wenn man bedenkt, daß 75 % aller Betriebe der Ernährungsindustrie Frauenbetriebe sind, d.h. daß über 50 % aller Arbeiten im Fabrikationsbereich von Frauen ausgeführt werden. Es folgen dann Niedersachsen mit etwa $\frac{1}{6}$, Bayern, Hamburg und das Land Württemberg-Baden mit $\frac{1}{10}$. In den einzelnen Sparten liegen hierbei jedoch sehr unterschiedliche, abweichende Verhältnisse vor²⁾.

5. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel

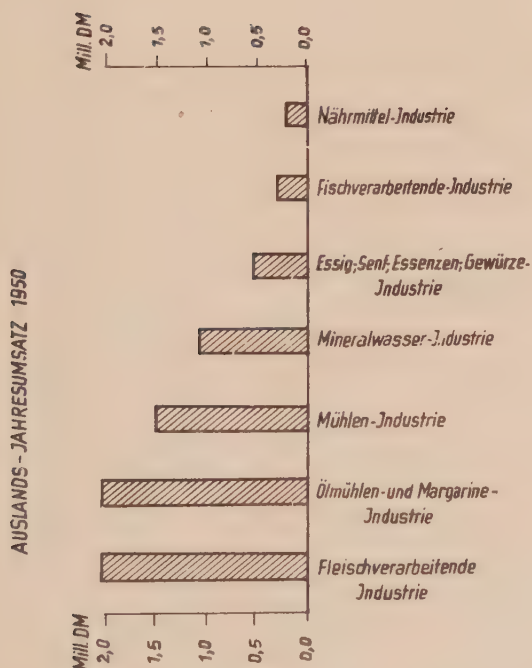
Es wurde bereits an anderer Stelle darauf hingewiesen, daß die wesentlichste Aufgabe des Großhandels in der Überbrückung der Inkongruenz von Ort und Zeit und der

1) Angaben entstammen den Unterlagen der Vereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, Bonn (vgl. Skizze S. 56).

2) Vgl. Ausführungen über den Standort des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels auf S. 65 ff.

Ernährungsindustrie Bundesgebiet Auslands-Jahresumsatz 1950

in Mill. DM



Der graphischen Darstellung liegen Zahlen des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden zugrunde.

Erfüllung der damit in Zusammenhang stehenden Funktionen besteht. Die Aufgabe, die zur Bedarfsdeckung benötigten Güter auf dem wirtschaftlich besten Wege vom Erzeuger, Importeur oder Aufkaufhändler zum Einzelhändler zu transportieren, ist für den gesamten Wirtschaftsprozess ebenso unerlässlich wie der Prozeß der Gütererstellung. Diese Feststellung wurde von Röpke in seinem Referat auf der ANUGA in Köln 1951 befürwortet, indem er sagt: "Gäbe es keinen Großhandel, so müßte er geschaffen werden"¹⁾. Hierin kommt klar zum Ausdruck, daß die Großhandelsfunktionen nur auf Kosten der Wirtschaftlichkeit auf bereits bestehende oder noch zu schaffende Betriebsformen bzw. Wirtschaftszweige übertragen werden könnten.

Die Anerkennung der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Arbeitsteilung auf dem inner- und zwischenbetrieblichen Sektor und des für die Marktwirtschaft und ihr Funktionieren notwendigen Prinzips der vollständigen Konkurrenz auf der Grundlage einer großen Zahl wirtschaftlich selbstständiger Unternehmungen führt auch im Bereich des Handels zwangsläufig zu einem selbständigen Großhandel, dessen volkswirtschaftliche Bedeutung zwar nicht in erster Linie - nach Auffassung bestimmter Kreise - in der Schaffung von Gütern, wohl aber in der Schaffung wirtschaftlicher Werte durch Erhöhung des Reifegrades der Produkte besteht.

In diesem Sinne ist auch der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel produktiv. Er schafft wirtschaftliche Werte, indem er die zwischen Produktion und Letztabsatz bestehenden Differenzen beseitigt und zwischen beiden Bereichen eine enge Verbindung aufrecht erhält. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel erfüllt somit echte Versorgungsaufgaben, deren Art und Umfang allerdings bei den einzelnen Sparten der Ernährungswirtschaft wie auch nach regionalen Gegebenheiten verschieden sind.

1) Röpke, Wilhelm: "Marktwirtschaft und Großhandel" (Vortrag), Köln 1951.

Im gesamten Bundesgebiet und in Westberlin sind 3.500 Betriebe des Nahrungsmittel-Großhandels durch die Belieferung von 130.000 Einzelhandelsgeschäften für die Versorgung von über 40 Millionen Verbrauchern tätig. Nach Angaben des Verbandes des Deutschen Nahrungsmittel-Großhandels betrug 1950 und 1951 der Absatz je Betrieb:

Durchschnittszahl 1. Quartal 1950 = 100

	<u>1. Qu.</u>	<u>2. Qu.</u>	<u>3. Qu.</u>	<u>4. Qu.</u>
1950	100	103	131	123
1951	118	116	130	140

und der Absatz in Prozenten des Vergleichszeitraumes im Vorjahr:

	<u>1. Qu.</u>	<u>2. Qu.</u>	<u>3. Qu.</u>	<u>4. Qu.</u>
1950	99	93	113	99
1951	112	108	99	109

Im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel sind ca. 52.000 Personen beschäftigt. Betrachtet man den Gesamtabsatz aller Betriebe dieses Sektors und die Anzahl der Beschäftigten, so ergeben sich für den Absatz pro beschäftigte Person folgende Verhältniszahlen:

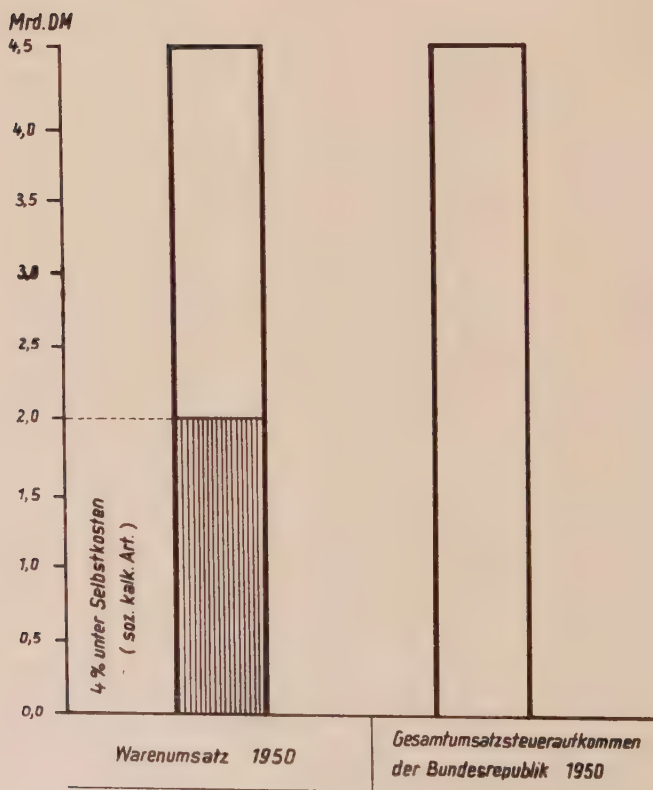
Durchschnittszahl 1. Quartal 1950 = 100

	<u>1. Qu.</u>	<u>2. Qu.</u>	<u>3. Qu.</u>	<u>4. Qu.</u>
1950	100	100	126	121
1951	115	116	126	137

Die Nahrungsmittel-Großhandelsbetriebe lieferten im Jahre 1950 Waren im Werte von 4 bis 4,5 Milliarden DM an den Einzelhandel. Dieser Betrag kommt dem gesamten Umsatzsteueraufkommen des Bundesgebietes in derselben Zeitspanne gleich. Der Anteil der Waren, die unter den Selbstkosten gehandelt werden (sozialkalkulierte Artikel) beträgt hierbei 40 % ¹⁾.

1) Vgl. hierzu graphische Darstellung auf Seite 59.

Warenumsatz des Nahrungsmittel-Großhandels
1950
im Vergleich zum
Umsatzsteueraufkommen der Bundesrepublik
1950



Die Situation des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels wird weitgehend von den Tendenzen der Gesamtwirtschaft beeinflusst. So stand im Betrachtungszeitraum die Gesamtwirtschaft unter dem Zeichen des Kapitalmangels. Die notwendigen umfangreichen Investitionen auf dem industriellen Sektor und der starke Nachholbedarf an Konsumgütern zwangen die Wirtschaft zu einer umfassenden Rationalisierung, um neben der erforderlichen Konsumgüterproduktion zugleich auch die für den Wiederaufbau notwendigen Investitionsgüter produzieren zu können und es der deutschen Wirtschaft zu ermöglichen, ihre starke Stellung auf dem Weltmarkt - vor allem in Hinblick auf den Fertigwarenexport - wieder zu erlangen.

Es ist unmittelbar verständlich, daß der Nahrungsmittel-Großhandel dieser allgemeinen Tendenz folgen mußte. Er muß stets bestrebt sein, durch Senkung der Preise seine soziale Aufgabe der Bevölkerung gegenüber zu erfüllen und durch Erhöhung der Produktivität der Betriebe seine Kosten auf ein Minimum zu beschränken.

Es ist eine sehr schwierige Aufgabe für den Nahrungsmittel-Großhandel, die Verhältnisse so zu gestalten, daß Preise und Kosten sich im Gleichgewicht halten. Die enge Beziehung, die zwischen der Kostenstruktur und Kostenhöhe eines Nahrungsmittel-Großhandels-Betriebes und der Preisentwicklung für Nahrungsmittelrohstoffe auf dem Weltmarkt besteht, läßt dies verständlich werden.

Aus diesem Grunde kann auch der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel seine Einkaufsentscheidungen nicht nach starren Regeln treffen, obgleich der Bedarf an Nahrungsmittel bei den Konsumenten relativ konstant ist. Dies wird umso deutlicher, wenn man die Umsatzentwicklung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels betrachtet. So ist die Umsatzentwicklung des gesamten Jahres 1952, also in einem Zeitraum, in dem die Weltmarktlage durch außerökonomische Faktoren sehr beeinflusst wurde, weitgehend durch vorsichtiges Disponieren der Hauptabnehmer des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels bestimmt. Nach den saisonüblichen Rückgängen in den Wintermonaten stiegen die Umsätze von März bis Mai 1952 allmählich an. Im Juni,

mit seiner ungewöhnlich geringen Zahl an Verkaufstagen, erreichten die Umsätze den tiefsten Stand des Jahres, der aber immer noch um 6 v.H. über dem Tiefpunkt des Monats April 1951 lag. Die im folgenden Monat eintretende Umsatzerhöhung um 20 v.H. war nicht nur eine Folge der besonders geringen Umsätze im Juni, sondern auch durch die während der Reisezeit vom Großhandel im verstärkten Maße durchgeführte Belieferung der Hotels und Gaststätten bedingt. Kennzeichnend für die letzten acht Monate des Jahres 1952 sind die verhältnismäßig starken Schwankungen in der Umsatzhöhe, die, bis auf die Abweichung im August, eine gewisse Parallelität zum Umsatzverlauf des Nahrungsmittel-Einzelhandels erkennen lassen¹⁾, dies im Gegensatz zum gleichen Zeitabschnitt des Vorjahres, in dem die Umsatzhöhe einen relativ gleichmäßigen schwankungsfreien Verlauf zeigt. 1952 lagen in den Monaten Juni, August, Oktober und November die Umsatzwerte niedriger, dagegen in den Monaten Mai, Juli, September und Dezember höher als in den entsprechenden Monaten des Jahres 1951²⁾.

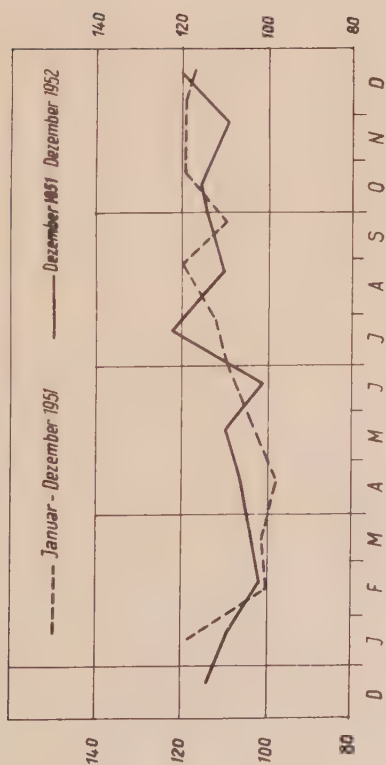
Die Gesamtumsätze des Jahres 1952 haben sich gegenüber denen des Jahres 1951 etwa auf der gleichen Höhe gehalten, z.T. dadurch bedingt, daß die Verkaufspreise des Nahrungsmittel-Einzelhandels in diesem Zeitraum und 1952 im Durchschnitt gleich hoch und keinen Steigerungen unterworfen waren.

In Anbetracht der bereits erwähnten Tatsache, daß die Nahrungsmittel-Großhandelsbetriebe im Jahr Umsätze zwischen 4 und 4,5 Milliarden DM tätigen, ist die immer wieder auftauchende Frage "Ist der Nahrungsmittel-Großhandel überflüssig?" eindeutig zu verneinen. Ein Absatz ohne Großhandel wäre eine nicht abzuschätzende Belastung für die Industrie, den Import, die Landwirtschaft und den Einzelhandel. Wollte jeder Kunde mit jedem Lieferanten direkt arbeiten, wären zahllose Rechnungen, Bestellungen und Sendungen die Folge. Der direkte Weg würde durch

1) Vgl. graphische Darstellung auf Seite 73.

2) Vgl. graphische Darstellung auf Seite 62.

Die Entwicklung der Umsatzwerte im Nahrungsmittel-Sortiments- Großhandel



die damit verbundene Vielzahl von Arbeitsgängen eine außerordentliche Kostenerrhöhung zur Folge haben. Beim Absatz über den Nahrungsmittel-Großhandel haben viele Kunden einen Lieferanten und auf der anderen Seite viele Lieferanten einen Kunden¹⁾.

An Hand nachstehenden Beispiels läßt sich die Bedeutung des Nahrungsmittel-Großhandels besonders klar demonstrieren. Gäbe es z.B. auf dem Ernährungssektor 10.000 Einzelhändler und führte jeder Einzelhändler in seinem Laden die Erzeugnisse von 200 Herstellern verschiedener Industriezweige, und bestellten diese 10.000 Kunden nun bei jedem der Hersteller die Waren beispielsweise für je ein Vierteljahr, so wären für jeden Einzelhändler folgende Arbeitsvorgänge im Jahr erforderlich:

Erteilung von 800 Aufträgen;

Entgegennahme von 800 Warensendungen;

Bezahlung und Buchung von 800 Lieferantenrechnungen.

Zur Versorgung wären also $10.000 \text{ mal } 800 = 8'000.000$ Warensendungen erforderlich.

Schaltet sich demgegenüber der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel dazwischen, so ergibt sich folgende Rechnung: Angenommen jeder Einzelhändler bestellt bei seinem Großhändler jeweils den Bedarf für einen Monat, so sind zur Versorgung der 10.000 Einzelhändler nur 10.000 multipliziert mit der Anzahl der Monate = 120.000 Warensendungen erforderlich, gegenüber 8'000.000 Warensendungen bei direktem Fabrikbezug innerhalb eines Jahres. Jeder Einzelhändler braucht dann im Jahr nur 12 statt 800 Aufträge zu erteilen.

Es sei noch ein weiteres Beispiel für die Bedeutung des Großhandels gegeben. Der tägliche Verbrauch einer Großstadt, wie z.B. Frankfurt (Main), soll in einigen Zahlen ausgedrückt werden²⁾. Sie wurden unter Inanspruchnahme offizieller und verbindlicher Quellen errechnet³⁾.

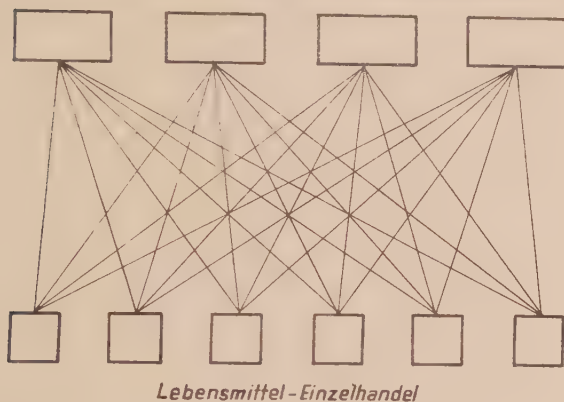
1) Vgl. hierzu graphische Darstellung auf Seite 64.

2) Vgl. Seite 66.

3) Die Zahlen wurden vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Referat Statistik, errechnet

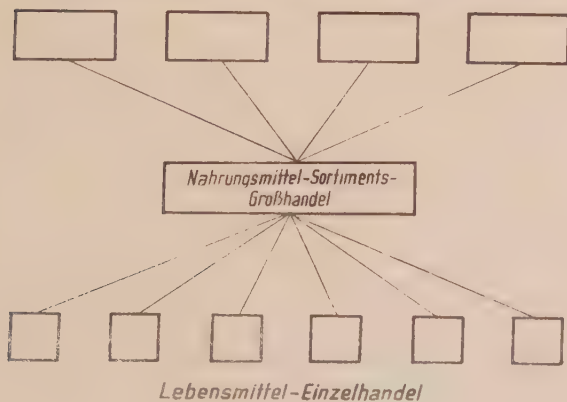
Absatz ohne Großhandel

*Betriebe der
Ernährungsindustrie, Landwirtschaft, des Imports*



Absatz mit Großhandel

*Betriebe der
Ernährungsindustrie, Landwirtschaft, des Imports*



Dabei wurde die Einwohnerzahl der Stadt mit den durchschnittlichen Nahrungsmittelverbrauchssätzen je Kopf der Bevölkerung im Bundesgebiet multipliziert, dann durch die Anzahl der Tage pro Jahr dividiert und das Ergebnis in die entsprechenden Einheiten umgerechnet. Einige Nahrungsmittel erhielten Zuschläge, um dem erhöhten Verbrauch der Großstadtbevölkerung gerecht zu werden (Fisch, Kakao-Erzeugnisse, Kaffee, Tee = 30 %, Zuckerwaren = 20 %, Südfrüchte = 25 %, Gemisekonserven = 100 %).

Wenn man sich vorstellt, daß die großen, für die Versorgung einer Großstadt erforderlichen Nahrungsmittelmengen ohne Zwischenschaltung des Großhandels angeliefert werden müßten, dann ist klar ersichtlich, daß auf Grund der nunmehr ungünstigen Kostenlage eine allgemeine und nicht unwesentliche Preiserhöhung auf dem Nahrungsmittelsektor unvermeidlich wäre. Die Nahrungsmittel müßten, in kleine Quantitäten aufgesplittet, von den Produktions- bzw. Importbetrieben direkt an Hunderte von Einzelhändlern geliefert werden, was ein Vielfaches der normalerweise - d.h. bei der Zwischenschaltung des Großhandels - erforderlichen Arbeitsgänge zur Folge hätte.

Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ist bezüglich seiner Standortwahl rein absatzorientiert; er muß sich in jeder Beziehung in erster Linie nach den vorhandenen Absatzmöglichkeiten und nach dem Verkehr mit den in Frage kommenden Abnehmern richten. An klimatische oder geographische Verhältnisse ist er nicht gebunden; er kann als Absatzgebiet somit jede Gegend wählen. Innerhalb seines Absatzgebietes ist der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel allerdings bezugsorientiert.

Die Verkehrsverhältnisse beeinflussen die Standortwahl beim Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel nicht erheblich, da die überwiegende Mehrzahl der Großhandelsunternehmungen über einen eigenen Fuhrpark verfügt und so zum größten Teil von allen Verkehrseinrichtungen unabhängig ist und auch den kleinsten Einzelhändler in der entlegensten Gegend beliefern kann. Es ist interessant festzustellen,

Täglicher Bedarf an Nahrungsmitteln¹⁾

Großstadt mit 524.000 Einwohnern (Frankfurt/Main)	-----	152	to Getreide
	-----	271,3	to Kartoffeln
	-----	73,9	to Frischgemüse
	-----	2.200	kg (Dosen) Gemüsekonserven
	-----	3,3	to Hülsenfrüchte
	-----	12,5	to Südfrüchte
	-----	57,4	to Frischobst
	-----	150	kg Gemüse
	-----	9,4	to Butter
	-----	14,3	to Margarine
	-----	6,0	to Käse
	-----	173.000	Stück Eier
	-----	313	Stück Schweine
	-----	69	Stück Rinder
	-----	30	Stück Schafe
	-----	145	Stück Kälber
	-----	2,8	to Geflügel
	-----	17,7	to Fisch
	-----	24,0	to Zucker
	-----	19,3	to Zuckerwaren
	-----	2,1	to Kakao und Kakaoerzeugn.
	-----	0,8	to Kaffee
	-----	65	kg Tee
	-----	7.100	Liter Wein und
	-----	400	Liter Spirituosen

1) Vgl. "Magazin des Einzelhändlers", Heft 26.

daß die regionale Verteilung nahezu der prozentualen Verteilung der Bevölkerung nach Regierungsbezirken entspricht¹⁾.

So entfielen:

auf Oberbayern	23 % der Mitgliedsfirmen und 27 % der Bevölkerung	
" Niederbayern	12 % der Mitgliedsfirmen und 12 % der Bevölkerung	
" Oberpfalz	9 % 10 %	dto.
" Mittelfranken	16 % 14 %	dto.
" Oberfranken	14 % 12 %	dto.
" Unterfranken	10 % 11 %	dto.
" Schwaben	16 % 14 %	dto.

Es ist jedoch zu bemerken, "daß für den Handel nicht immer die Transportkosten die wichtigste Stellung unter den Verkehrsverhältnissen einnehmen müssen. Sicherheit, Schnelligkeit, Intensität des Verkehrs, die Einrichtungen der Verkehrsmittel u.a. können maßgeblicher sein"²⁾.

Das trifft natürlich auch für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel zu. So kann z.B. ein Händler mit eigenem Fuhrpark für einen einzelnen Auftrag höhere Transportkosten haben als die Konkurrenz, die als Transportmittel die Eisenbahn oder Speditionsfirmen in Anspruch nimmt. Es wird aber trotzdem billiger liefern können als die Konkurrenz, weil er von der Kundschaft wegen seiner Möglichkeit, jederzeit schnellstens zu liefern, bevorzugt wird. Dadurch erhöht sich sein Umsatz, und die Transportkosten stellen sich relativ billig. Ähnliches sagt auch Steinborn³⁾: "Es kann natürlich auch der Großhändler, der

-
- 1) Statistische Auswertung der Landesvereinigung des Bayerischen Lebensmittel-Großhandel für das Jahr 1948.
 - 2) Hellauer, Joseph: "Zur Standortwahl im Handel", S. 876 (Zeitschrift für Betr.W. 1931, Heft 12).
 - 3) Steinborn, Rudolf: "Der Kolonialwaren-Großhandel und Edeka-Genossenschaften", Berlin 1935, S. 22.

die höhere Fracht zu zahlen hat, in der Lage sein, billiger zu liefern als die näher gelegene Konkurrenz, und zwar dann, wenn sein Unternehmer einen höheren Produktivitätsgrad aufweist". Dies sind jedoch Ausnahmen. In der Regel spielen die Transportkosten beim Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel schon eine erhebliche Rolle für die Standortwahl bzw. für die Größe des Absatzgebietes. Denn je größer der Wert einer Ware im Verhältnis zum Gewicht ist, umso entscheidender wirken die Transportkosten auf den Verkaufspreis. Da Nahrungsmittel im allgemeinen Waren mit hohem Gewicht und relativ geringem Wert sind, ist die Transportkostenfrage von entscheidender Bedeutung für die Standortwahl.

Auch der Verkehr mit den Behörden spielt eine Rolle bei der Standortwahl. Man denke nur an den Verkehr mit den Geldinstituten, den Wirtschaftsorganisationen, den Verwaltungs- und Verkehrsbehörden. Dies läßt es dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ratsam erscheinen, sich möglichst in deren unmittelbarer Nähe niederzulassen. Da diese Behörden fast ausschließlich in den Städten untergebracht sind, wird auch hier der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel seinen Sitz haben.

Im allgemeinen kann gesagt werden, daß die Standorte des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels gebietlich so verteilt sind, daß eine reibungslose und gleichmäßige Belieferung aller Einzelhandelskunden in Stadt und Land gewährleistet ist.

Die Unternehmungsformen im Nahrungsmittel-Großhandel des gesamten Bundesgebietes festzustellen, ist sehr schwierig, da laufend Veränderungen und Neugründungen vorgenommen werden. Allgemein ist zu sagen, daß es sich bei den meisten Nahrungsmittel-Großhandels-Betrieben um Einzelfirmen handelt, die dem starken Individualismus des Großhändlers am besten entsprechen. Danach folgen offene Handelsgesellschaften, Kommanditgesellschaften, Gesellschaften mit beschränkter Haftung und Aktiengesellschaften. Im besonderen sind letztere nur relativ selten anzutreffen. Im gesamten Bundesgebiet existieren innerhalb des Bereiches des Nahrungsmittel-Großhandels nur ca. zehn Aktiengesellschaften.

Nach einer Aufstellung der Landesvereinigung des Bayerischen Lebensmittel-Großhandels e.V., die sämtliche bayerischen Lebensmittel-Großhandlungen erfaßte, wurde 1946/47 der Anteil folgender Gesellschaftsformen in Süddeutschland festgestellt¹⁾:

<u>Rechtsform</u>	<u>Prozentsatz</u>
Einzelkaufmann	65,44 %
OHG	27,22 %
KG	4,89 %
GmbH	1,53 %
AG	0,92 %

Es läßt sich also feststellen, daß die bevorzugte Form eines Nahrungsmittel-Großhandelsgeschäftes die Einzel-firma ist. Der Grund für den großen Anteil der Einzel-firmen am Nahrungsmittel-Großhandel ist in erster Linie darin zu suchen, daß es hier wie bei jedem Handel auf die Persönlichkeit des "ehrbaren Kaufmanns" ankommt und daß die Anonymität der Kapitalgesellschaften gerade für den Handel, der überaus beweglich sein muß, zu schwer-fällig ist.

Interessant ist in diesem Zusammenhang die von der Landes-vereinigung des Bayerischen Lebensmittel-Großhandels e.V. angestellte Untersuchung über die prozentuale Verteilung der Betriebe nach dem Betriebskapital für die Jahre 1946/47.

<u>Größen- klasse</u>	<u>Betriebskapital in RM</u>	<u>Prozentsatz der gesamten Nahrungsmittel- Großhandlungen</u>
I	bis 10.000,--	8,3
II	" 25.000,--	17,4
III	" 100.000,--	52,3
IV	" 500.000,--	21,0
V	über 500.000,--	1,0

Aus dieser Übersicht geht hervor, daß über die Hälfte aller Nahrungsmittel-Großhandelsbetriebe ein Betriebskapital in Höhe der Größenklasse III haben. Rechnet man

1) Wir müssen hier leider die Jahre 1946/47 zugrunde legen, da eine entsprechende statistische Erhebung für unsere Betrachtungsperiode nicht durchgeführt wurde.

die Größenklasse I und II noch dazu, so ergibt sich, daß 78 % aller Unternehmungen überhaupt höchstens 100.000,-- RM als Betriebskapital ausweisen. An dieser Aufstellung ist ferner von Bedeutung, daß es mehr Betriebe (nämlich 21 %) gibt, die ein Betriebskapital zwischen 10.000,-- und 500.000,-- RM haben, als solche mit einem Betriebskapital zwischen 10.000,-- und 25.000,-- (17,4 %). Der hohe Prozentsatz der Größenklasse III zeigt, daß der mittlere Betrieb im Nahrungsmittel-Großhandel die größte Bedeutung hat.

In anderen Ländern des Bundesgebietes dürfte eine ähnliche prozentuale Verteilung anzutreffen sein.

Eine Untersuchung der Struktur der Ernährungswirtschaft und hier wiederum des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels kann nur dann Anspruch auf Vollständigkeit erheben, wenn sie auch eine entsprechende Analyse nach der Absatzseite durchführt. Auf die wichtigsten dieser Abnehmer soll im folgenden eingegangen werden.

6. Der Einzelhandel

Einzelhandel im weitesten Sinne des Wortes ist nach Hirsch¹⁾ jede planmäßige auf die "Organisation des interpersonalen Güterverkehrs mit Letztverbrauchern gerichtete Tätigkeit, ganz gleichgültig, von wem sie ausgeübt wird"²⁾.

Auf der gleichen Ebene liegt auch die Auffassung von Seyffert³⁾. Er versteht unter Einzelhandel eine "marktwirtschaftliche Versorgung der Konsumenten mit konsumfertigen Sachgütern durch Einzelverteilung". Die Feststellung, daß der Einzelhandel, ohne vorherige Bestellung von seiten der Konsumenten, Waren und Verbrauchsgüter zur

1) Hirsch, Julius: "Grundriß der Sozialökonomie", 5. Abt. Teil II, Tübingen 1925.

2) Vgl. auch Kaiser, Gerhard: "Bundeseinkaufskontor, Illusion und Wirklichkeit", "Der Lebensmittel-Großhandel", Jg. Heft 28, Seite 7 ff.

3) Seyffert, Rudolf: "Konsumtionsversorgung und Einzelhandel", Handbuch des Einzelhandels, Seite 3 ff, Köln 1951.

Bedürfnisbefriedigung bereitstellt, rückt bei Seyffert in den Vordergrund. Das wesentliche Merkmal des Einzelhandels liegt jedoch in der letzten Gütervermittlung zwischen Produktion und Verbrauch.

Unter den mannigfaltigen Geschäftsformen des Lebensmittel-Einzelhandels treten folgende Haupttypen hervor:

- a) die Kolonialwarengeschäfte, d.h. Betriebe, die auf den Umsatz aller Nahrungsmittel eingestellt sind, auch wenn einzelne Warengruppen stärker gehandelt werden; in der Regel fehlen diesen Betrieben die am leichtesten verderblichen Frischwaren, wie Obst, Gemüse und Milch;
- b) die Nahrungsmittel-Verteilungsstellen der Konsumgenossenschaften, deren Sortiment bei grundsätzlicher Gleichheit mit dem der Konsumgenossenschaften in größerem Umfang auch Back- und Fleischwaren umfaßt;
- c) die Feinkost- und Delikatessengeschäfte, die häufig mit Stadtküchen verbunden sind;
- d) die Spezialgeschäfte für Kaffee, Tee, Süßwaren usw. in den mannigfachen Kombinationen;
- e) die Spezialgeschäfte für Butter und Käse, sonstige Fettwaren usw.;
- f) die Milchgeschäfte, die häufig auch mit Butter und Käse und den am meisten gefragten Kolonialwaren handeln;
- g) die Obst- und Gemüsehandlungen, wobei Ladenhandel und Straßenhandel zu unterscheiden sind;
- h) die Fisch- und Wildgeschäfte¹⁾.

Nach den letzten Ergebnissen der Arbeitsstättenzählung in der Bundesrepublik von 1950 sind rund eine halbe Million Beschäftigte in etwas mehr als einer viertel Million Arbeitsstätten für die Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genußmitteln tätig. Die Gruppe der mit Waren aller Art handelnden Gemischtwarengeschäfte ist hierbei einbegriffen.

1) In Anlehnung an Kaiser, G.: Umsatz- und Lagerhaltung im deutschen Einzelhandel seit 1924.

Die am Sortiment orientierte Aufteilung der einzelnen Geschäftsarten ergibt bezüglich der Zahl der Betriebe und der Zahl der Beschäftigten folgendes Bild.

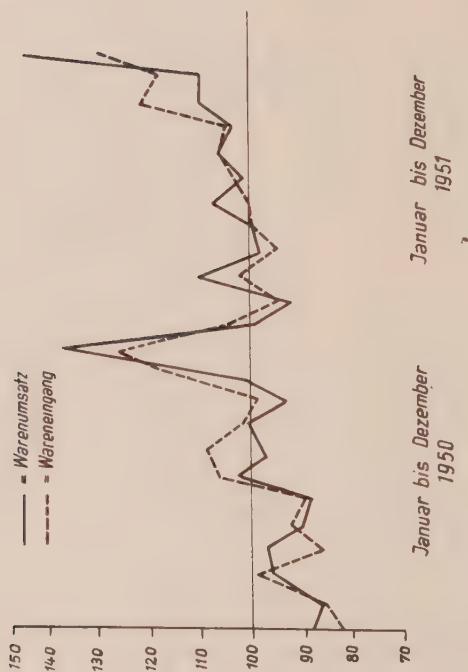
Einzelhandel mit:	Betriebe	Beschäftigte
1. Nahrungs- und Genußmitteln	113.115	267.460
2. Kartoffeln, Gemüse, Obst, Süßfrüchte	24.979	45.808
3. Fisch- und Fischwaren	4.826	10.695
4. Wild und Geflügel	1.151	1.911
5. Milch- und Milch- erzeugnisse	20.989	43.417
6. Schokoladen, Süßwaren, Speiseeis	7.078	11.693
7. Wein, Spirituosen und anderen alkohol- haltigen Getränken	10.077	14.977
8. Reformwaren	457	1.266
	182.672	397.227
dazu Konsumgenossen- schaftsgeschäfte	6.135	26.614
z u s a m m e n	188.807	423.841

In diesen Zahlen sind die Verkaufsstätten aller Betriebsformen mit Ausnahme der Nahrungsmittel-Abteilungen der Waren- und Kaufhäuser sowie der ländlichen Gemischtwarengeschäfte enthalten.

Da die Natur der Ware oftmals nur eine geringe Lagerdauer zuläßt und der Nachschub durch den mit dem Einzelhandel gut eingespielten Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel kaum Schwierigkeiten bereitet, kommt dem Lagerwesen im Lebensmittel-Einzelhandel gemessen am Großhandel, nur eine relativ untergeordnete Bedeutung zu. Die Aufgabe der vorsorgenden Lagerdisposition fällt daher für den Lebensmittel-Einzelhandel so gut wie ganz weg. Trotzdem soll nachstehend der Lagerbestand an verschiedenen Warenarten des westdeutschen Einzelhandels veranschaulicht werden.

Warenumsatz und Wareneingang im
Lebensmittel-Einzelhandel
1950 und 1951

(Monatsdurchschnitt 1949 = 100)



Lager des westdeutschen Einzelhandels¹⁾

Monatsdurchschnitt 1952 = 100

Warenart	1949	1950	1951	1952	1953
Nahrungs- und Genußmittel	52	69	93	100	102
Textilien und Bekleidung	40	70	98	100	109
Hausrat und Wohnbed.	55	66	86	100	102
Sonstiges	65	75	93	100	105
Einzelhandel insgesamt	50	70	95	100	106

Wenn in den letzten Jahren im allgemeinen eine Erhöhung der Lagerbestände festgestellt werden kann, so dürften die Gründe hierfür - abgesehen von dem ersten Wiederaufbau nach der Stabilisierung - vorwiegend in Qualitätsverbesserungen und Sortimentserweiterung zu suchen sein. Dies gilt vor allem für Filialbetriebe und größere Geschäfte, insbesondere des Feinkosthandels.

Die graphische Darstellung auf der vorangegangenen Seite soll einen Überblick über die Entwicklung des Wareneingangs und des Warenumsatzes im Lebensmittel-Einzelhandel in den Jahren 1950/51 (Durchschnittsmonat 1949 = 100) geben. Aus ihr ist ersichtlich, in welchem Maße Umsätze und Wareneingänge saisonbedingten Schwankungen unterworfen sind²⁾.

Entwicklung der Umsätze des Einzelhandels³⁾

Monatsdurchschnitt 1950 = 100

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1949	82	86	97	102	90	94	95	94	95	98	95	130
1950	88	88	97	98	94	94	104	99	101	96	102	139
1951	100	96	115	102	104	111	106	110	109	115	113	152
1952	105	109	116	120	123	107	119	118	115	123	116	161
1953	115	112	123	128	125	124	132	125	123	135	124	173
1954	120	121	133	146	129	133	147	132	134	143	137	193

1) "Wirtschaftskonjunktur", Berichte des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, München 1954, S. 59.

2) "Magazin des Einzelhändlers" Nr. 35 Jhg.

3) Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik

7. Die Konsumenten

Der Verbraucher steht am Ende der Produktions- und Verteilungskette und, obwohl er eine Schlüsselstellung in der gesamten Volkswirtschaft inne hat - alles Wirtschaften ist ja letztlich auf den Verbrauch abgestellt -, wird ihm keineswegs immer die Aufmerksamkeit geschenkt, die seiner wirtschaftlichen Position entspricht. Die Bezeichnung "vergessener Sozialpartner"¹⁾ ist charakteristisch dafür, daß die unorganisierte und "direktionslose"¹⁾ Millionengruppe der Konsumenten gegenüber Gesetzgebung und Verwaltung nicht die Stellung einnimmt, die ihr zukommt. Letzten Endes ist es ja stets der Konsument, der die Kosten des gesamten Wirtschaftsprozesses zu tragen hat und der vielfach auch für die sich in Preiserhöhung offenbarenden Fehldispositionen und Fehlkalkulationen der Erwerbswirtschaftsbetriebe aufkommen muß.

Im Laufe der Jahrhunderte haben sich die Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher und ihre Wünsche bezüglich der qualitativen und quantitativen Nahrungsmittelzusammensetzung ständig gewandelt²⁾. Noch zu Beginn des 19. Jahrhunderts lebten rund 4/5 der deutschen Bevölkerung auf dem Land in weitgehender Selbstgenügsamkeit³⁾. Die Hand in Hand miteinandergehende Industrialisierung, Verstädterung und Bevölkerungsvermehrung während der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bewirkte grundsätzliche Veränderungen im Hinblick auf die Kaufnotwendigkeit und die Kaufkraft der Verbraucher und verursachte hierdurch eine völlige Umgestaltung der Verkaufsgewohnheiten (Zug zum fertigen Produkt, Bedarfs- und Geschmacksvereinheitlichung usw.). Die Beseitigung der Zunftbindungen und die Fortschritte der Naturwissenschaft führten zu grundsätzlichen Änderungen der Produktionsstruktur; die technische Entwicklung auf dem Gebiet des Transportwesens ermöglichte eine Expansion und Intensivierung im wirtschaftlichen Güterverkehr.

1) Holling, a.a.O. Seite 89.

2) Der Verzehr in Deutschland setzte sich beispielsweise 1886 aus 86 v. H. pflanzlichen Nahrungsmitteln zusammen, während es 1938/39 nur noch 60 % waren (nach Angaben der ZMP/Bonn). Vgl. Anmerkung 1) Seite 45.

3) Vgl. Hirsch, Julius: a.a.O. Seite 7 ff.

Die angedeuteten Wandlungen schafften die Voraussetzungen dafür, daß der Nahrungsmittelbezug heute unabhängig von saisonalen Gegebenheiten ist und daß zumindest für die Hauptnahrungsmittel eine gleichmäßige und nahezu schwankungsfreie Anlieferung garantiert werden kann.

Größere Hektarerträge der Landwirtschaft, höhere Milchleistung der Kühe, Steigerung des Schlachtgewichts der Tiere, Erhaltung und Erschließung der Nährwerte durch geeignete Verarbeitung haben die Nahrungsansprüche der breiten Masse gesteigert. Die Zunahme des Volkseinkommens und die von ihr ausgelöste Mehrung der Kaufkraft sind der materielle Hintergrund der Befriedigung verfeinerter Verzehrwünsche. Während der Kriegs- und der darauf folgenden Jahre wurde der Verbrauch der Konsumenten durch Rationierung gestoppt¹⁾. 1949 wurde die Bewirtschaftung der Nahrungsmittel vollständig aufgehoben. Seit dieser Zeit stieg der Konsum an Nahrungsmitteln fortwährend, so daß man von einer Kaufwelle von Lebensmitteln in der Zeit 1948/50 sprechen kann, die von einer Bekleidungswelle abgelöst wurde. Um zwischen der großen Masse der in Haushalten zu Gemeinschaften zusammengefaßten Verbraucher auf der einen und den Organisationen

1) "Der Volkswirt" Jhg. 1952, Sonderheft 13, S. 19.
Die Angaben über die jährliche Rationsmenge des Normalverbrauchers verdeutlichen den Verbraucher-rückgang im Zeitraum 1940 bis 1949.

Jahr	Brot kg	Fleisch kg	Fett kg	Käse kg	Nähr- mittel kg	Eier Stck.
1940	135,21	26,49	14,34	2,17	8,67	89,5
1941	126,62	23,03	13,94	2,47	9,08	62,0
1942	113,22	17,66	11,73	2,30	8,24	41,5
1943	118,56	15,25	11,22	2,53	10,23	30,5
1944	135,28	16,87	10,91	1,89	9,58	40,0
1945	106,60	10,52	5,51	1,40	7,13	-
1946	96,37	12,12	5,23	2,13	8,43	12,0
1947	117,60	8,20	2,44	1,39	14,63	14,0
1948	122,18	4,13	5,33	1,10	16,66	-

der Gesetzgebung auf der anderen Seite die erforderliche enge Bindung herzustellen und zu gewährleisten, daß bei staatlichen Entscheidungen Dringlichkeit und Struktur der Verbraucherbedürfnisse in dem nötigen Maße Berücksichtigung finden, sind bei einigen Bundes- und Landesministerien sogenannte Verbraucherausschüsse gebildet worden. Derartige Verbraucherausschüsse, denen bisher noch keine besondere rechtliche Form gegeben wurde, bestehen z.B. beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und beim Bundesministerium für Wirtschaft. Die Ausschüsse treten von Fall zu Fall zu Besprechungen über die sich aus der jeweiligen Versorgungslage ergebenden Fragen zusammen und stehen den Ministerien als beratende Institutionen zur Seite. Die Bedeutung der Beratungsfunktion der Verbraucherausschüsse ist vor allen Dingen darin zu sehen, daß es auf diese Weise möglich ist, den Organen des Staates darüber Kenntnis zu geben, wie die Verbraucherschaft auf bestimmte Maßnahmen und Absichten der Verwaltung reagiert bzw. reagieren wird.

IV. Marktstellung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels

Gegenstand der Untersuchungen in den vorangegangenen Kapiteln waren in erster Linie die Funktionen und die strukturellen Verhältnisse des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels. Im Rahmen der folgenden Ausführung soll nunmehr versucht werden, die Marktstellung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels aufzuzeigen und darzustellen, welche Hauptaufgaben er für die wichtigsten Zweige der Ernährungswirtschaft übernimmt.

1. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel als Kunde der Landwirtschaft

Ähnlich wie in anderen Volkswirtschaften betätigt sich auch ein Teil der westdeutschen Nahrungsmittel-Großhandelsfirmen als Direktabnehmer der Landwirtschaft. Die Übernahme der Aufkauffunktion durch den Nahrungsmittel-Großhandel ist für seine Marktstellung in verschiedener Hinsicht von Bedeutung. Der Großhandel als Aufkaufhandel sammelt die Erzeugnisse vieler kleiner Hersteller und sortiert sie nach den Wünschen der Zentralmarktgrossisten oder, falls eine große Warenkonzentration am Zentralmarkt

nicht in Frage kommt, entsprechend den Bedürfnissen der Einzelhandelsbetriebe.

Die den Direktbezug bei der Landwirtschaft pflegenden Firmen des westdeutschen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels sind zusammen mit dem Landesproduktenhandel nicht nur an der Finanzierung der Urproduktion beteiligt, sondern treten auch gelegentlich als Kreditgeber für die weiterverarbeitenden Betriebe in Erscheinung¹⁾. Sie erfüllen hiermit - gestützt auf das ihnen von allen Seiten entgegengebrachte Vertrauen - ihre Aufgabe als Bindeglied zwischen Urproduktion und weiterverarbeitender Industrie. Darüber hinaus betätigen sich die Aufkaufgroßhändler als Berater und Helfer der Landwirtschaft und unterstützen diese so in dem Bestreben, die landwirtschaftliche Produktion in qualitativer Hinsicht zu steigern.

Bei den von den Großhandelsfirmen direkt bei der Landwirtschaft gekauften Waren handelt es sich vor allem um Obst, verschiedene Gemüsesorten (regional verschieden), Hülsenfrüchte, Eier, Zwiebeln und Kartoffeln.

2. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel als Kunde der Importeure

Die auf den Nahrungsmittelimport aus Übersee spezialisierten Großhandelsbetriebe beschränken sich in der Regel auf den Abschluß von Kaufverträgen mit ihren ausländischen Geschäftspartnern und die Weiterleitung der importierten Güter an die weiterverarbeitende Industrie bzw. den Provinz- und Zentralmarktgroßhandel. Das Bestreben der Importeure geht dahin, die Importgüter möglichst bereits nach erfolgter Abladung²⁾ im Verschiffungshafen

1) Eingehende Untersuchungen scheiterten leider an der Zurückhaltung der Großhändler und Erzeuger, so daß nur allgemeine Aussagen gemacht werden können.

2) Unter Abladung versteht man nicht, wie vielleicht angenommen werden könnte, den Vorgang des Güterumschlages im Empfangshafen, sondern vielmehr den Prozeß der Anlieferung und des Umschlages im Verschiffungshafen. Die Güter werden im Überseegeschäft beispielsweise unter "Abladung September Buenos Aires" gehandelt, wodurch zum Ausdruck kommt, daß sie vom Verkäufer im September in Buenos Aires dem Schiff angeliefert werden müssen.

an den verteilenden Großhandel bzw. die Industrie weiterzuverkaufen, um zu vermeiden, daß die Güter nach der Löschung noch längere Zeit gelagert werden müssen, womit neben der preislichen Belastung durch Lagerversorgungs- und Wartekosten auch gewisse Risiken (Verderb, Schwund usw.) verbunden wären. Meist ist der Vorgang des Löschens so, daß die Güter unmittelbar vom Kaischuppen bzw. Schiff auf die weitertransportierenden Binnenschiffe, Eisenbahnwaggons usw. umgeschlagen werden. Eine längere Zwischenlagerung ist meist nur dann anzutreffen, wenn die Güter aus zolltechnischen Gründen im Freihafengelände einer mehr oder minder umfassenden Weiterverarbeitung unterzogen werden sollen.

In den meisten Fällen beschränken sich die binnenländischen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler auf den Abschluß von Kaufverträgen mit den Importeuren, ohne mit dem Vorgang der Warenanlieferung im Bestimmungshafen selbst unmittelbar in Berührung zu kommen. Sie nehmen die Güter vielmehr unmittelbar am Betriebsstandort von der Eisenbahn oder mehreren Transportgesellschaften in Empfang, um sie anschließend mit eigenen Fahrzeugen zum Großhandelslager weiterzuleiten und hier die jeweils erforderlichen Warenmanipulationen durchzuführen.

Auf genauere Angaben über den Umfang des Warenverkehrs zwischen Importbetrieben und Betrieben des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels muß verzichtet werden, da weder von Importkreisen, noch von Großhandelsverbänden, noch bei der Zentralen Markt- und Preisbildungsstelle der Deutschen Landwirtschafts GmbH/Bonn das erforderliche Zahlenmaterial beschafft werden konnte.

3. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel als Kunde der Ernährungswirtschaft

Es wurde bereits an anderer Stelle darauf hingewiesen, daß das Bestreben der Ernährungsindustrie dahin geht, sich nach Möglichkeit jeweils auf die Be- oder Verarbeitung großer Mengen einzelner Produkte zu beschränken und daß demgegenüber der Einzelhandel daran interessiert

ist, ein den Bedürfnissen seiner Kundschaft entsprechendes Warensortiment vom jeweils zuständigen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler beziehen zu können. Aus dieser unterschiedlichen Interessenlage von Industrie und Einzelhandel resultiert die Notwendigkeit, zwischen beiden Bereichen ein zusätzliches Glied, den selbständigen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel, einzuschalten.

Die Bedeutung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels für die Ernährungswirtschaft wird ersichtlich, wenn man beachtet, daß es den Industriebetrieben verhältnismäßig viel schwerer fällt, durch Marktbeobachtung und Marktanalyse die Bedürfnisstruktur eines bestimmten Absatzgebietes zu erforschen, als den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlern, die auf Grund ihres relativ eng umgrenzten Absatzgebietes in räumlicher Hinsicht und durch ihren engen Kontakt zum Einzelhandel laufend über die Wünsche der Letztverbraucher orientiert sind. Seine umfassende Kenntnis der Situation auf dem Absatzmarkt ermöglicht es dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler, der Ernährungswirtschaft für ihre zukünftige Produktion jeweils die den tatsächlichen Wünschen der Verbraucher entsprechenden Richtlinien zu geben und unter Ausschaltung eines time-lag Fehlproduktion weitgehend zu vermeiden.

Auch kosten- und damit preismäßig ist es ein wesentlicher Unterschied, ob einige wenige Großhändler oder Tausende von Einzelhandelsbetrieben zum Abnehmerkreis eines Betriebes der Ernährungsindustrie gehören. Es wäre beispielsweise für einen Betrieb der Süßwarenbranche unrentabel, Schokolade in Packungen von 20 bis 50 Tafeln direkt an den Einzelhandel zu liefern. Sowohl die Transportkostenbelastung als auch die durch die Versandorganisation des Industriebetriebes selbst entstehenden Kosten würden mit ziemlicher Sicherheit eine Preiserhöhung unvermeidlich machen. Bei Lieferung über den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel liegt die Situation demgegenüber viel günstiger. Die Ware wird vom Industriebetrieb in relativ großen Mengen an den Großhändler ausgeliefert und damit Kosten der verschiedensten Art gespart.

Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel tritt somit auch als Helfer der Ernährungswirtschaft auf, und der durch die Reihenfolge Ernährungswirtschaft - Großhandel - Einzelhandel skizzierte Handelsweg erweist sich in der Mehrzahl aller Fälle als der für alle Parteien günstigste.

4. Der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel als Lieferant des Einzelhandels

Der Lebensmittel-Einzelhandel kann seine Aufgabe, die Versorgung von Letztverbrauchern, nur erfüllen, wenn er über ein sich über das ganze Land erstreckendes Versorgungsnetz verfügt, das auch die entlegensten Siedlungen umfaßt.

Dem Großhandel fällt die Aufgabe zu, durch ein möglichst rationell aufgebautes Belieferungssystem die Voraussetzung dafür zu schaffen, daß der Einzelhandel in zeitlicher, mengenmäßiger und gütemäßiger Hinsicht mit den erforderlichen Waren versorgt werden kann.

Selbstverständlich erschöpft sich das System der Belieferung des Einzelhandels nicht in einem Lieferweg. Wie Seyffert berichtet, bestehen zwischen Groß- und Einzelhandel im Nahrungsmittelbereich eine Vielzahl von Beziehungen unterschiedlicher Art.

Es ist nicht uninteressant zu erfahren, daß in den USA 75 % aller Lebensmittel über den einzelwirtschaftlichen Großhandel vertrieben werden und nur 25 % auf anderen Wegen zum Konsumenten gelangen. Diese Zahlen demonstrieren, daß in einem sich durch äußerste Rationalisierung auszeichnenden Wirtschaftssystem der Großhandel eine Funktion ausübt, die durch keine andere Absatzorganisation besser, d.h. wirtschaftlicher übernommen werden kann. Es ist unzutreffend, wenn man, wie dies immer wieder geschieht, die Ursache für die hohen Einzelhandelspreise in der Zwischenschaltung des selbständigen Großhandels sieht. Im allgemeinen bestehen bezüglich der Preishöhe zwischen den vom genossenschaftlichen Großhandel oder von der Industrie direkt belieferten Geschäften und denjenigen, die ihre Waren durch den selbständigen Großhandel beziehen, keinerlei Unterschiede.

Aus der Tatsache, daß sich die Zahl der westdeutschen Großhandelsbetriebe (einschließlich Ein- und Ausfuhrhandel) im Jahre 1950 gegenüber 1939 um 54 % und die Zahl der Beschäftigten um 47 % erhöht hat¹⁾, geht hervor, daß der Einzelhandel in der freien Konkurrenz die Dienste des Großhandels als Lieferant mehr in Anspruch nimmt als vielleicht angenommen wird und läßt vermuten, daß die Industriebetriebe mit Direktabsatz die Wirtschaftstätigkeit des Großhandels nicht nennenswert beeinträchtigen können.

V. Konkurrenzformen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels mit Ausschaltungsbestrebungen

Wenn in diesem Abschnitt versucht wird, die Konkurrenzformen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels zu analysieren, so erstreckt sich die Untersuchung im wesentlichen auf die Bestrebungen jener Wirtschaftssubjekte, die den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel auszuschalten versuchen. Der Ausdruck "Ausschaltung" gibt jedoch häufig Anlaß zu Mißverständnissen, indem irrtümlicherweise darunter vielfach die Ausmerzung der gesamten Großhandelstätigkeit verstanden wird; dies ist jedoch, wie aus unserer Schilderung der Großhandelsfunktionen eindeutig hervorgegangen sein dürfte, völlig undenkbar. Was wechseln kann, sind nur die Träger dieser Funktionen²⁾.

1) Holling: a.a.O. Seite 54.

2) Eine anschauliche Darstellung davon, was für Kategorien von Wirtschaftssubjekten im Einzelfall als Träger von Großhandelsfunktionen auftreten können, gibt Kosiol in seinem Artikel "Großhandel" im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, II. Auflage, Sp. 2163. Er schreibt: "Während der Großhandel in seiner volkswirtschaftlichen Leistung einheitlich als Gesamtheit bestimmter wertschaffender Funktionen aufzufassen ist, können die Träger dieser Großhandelsfunktionen nach dem Personenkreis, ihrer rechtlichen Grundlage und ihrer Stellung als Wirtschaftsglied innerhalb der Handelskette sehr verschieden sein. Außer dem berufsmäßigen Großhändler betreiben mitunter Hersteller, Einzelhändler oder Verbraucher einzeln oder in Zusammenschlüssen einen der eigentlichen Wirtschaftsbetätigung angegliederten Großhandel, der auf einseitiger oder teilweiser Übernahme bestimmter Großhandelsfunktionen beruht."

Wenn trotzdem hier von der Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels gesprochen wird, so ist darunter nicht die Ausschaltung der Großhandelsfunktionen, sondern lediglich die Einengung des Tätigkeitsgebietes der sie ausübenden Subjekte, die Übernahme einzelner Großhandelsfunktionen durch andere Funktionsträger zu verstehen. Eine Funktionsübernahme spielt sich nun aber in praxi meist nicht so ab, daß die eine oder andere Funktion voll und ganz auf einen oder mehrere neue Funktionsträger übergeht. Die Ausschaltung macht sich im Gegenteil regelmäßig so geltend, daß bei einzelnen Artikeln eine Anzahl Funktionen auf einen neuen Träger übergeht, während bei anderen Artikeln die Funktionen von alten Trägern weiterhin ausgeübt werden.

Die Ursache jeglichen Strebens, eine bestimmte Kategorie von Wirtschaftssubjekten aus dem Wirtschaftsprozeß teilweise oder ganz auszuschalten, also die ihnen in der arbeitsteiligen Wirtschaft zufallenden Aufgaben zu übernehmen, ist der Wunsch, sich die mit deren Erwerbstätigkeit verbundenen Gewinne selber zunutze zu machen. Dabei kommt es allerdings häufig vor, daß diese Gewinne wesentlich überschätzt werden. Einen ständigen Auftrieb für die Ausschaltungsbestrebungen stellt ferner die weitverbreitete Auffassung dar, daß durch die Ausschaltung einer Wirtschaftsstufe die Kosten für die Erfüllung von deren Funktionen notwendigerweise niedriger werden müßten, daß also die Warenvermittlung sich um so billiger vollziehe, je kleiner die Zahl der Zwischenglieder sei. Hirsch¹⁾ bemerkt hierzu, daß es vielmehr umfangreiche Berufserfahrung, genaue Kenntnis der gebrauchten Artikel und ihrer Produktionsgebiete und nicht zuletzt die durch große Umsätze bedingten geringen Kosten pro Wareneinheit sind, die es dem Sortiments-Großhändler ermöglichen, die Ware relativ billiger zu beziehen und weiterzuverkaufen, als dies ohne seine Einschaltung in den Verteilungsprozeß möglich wäre.

1) Hirsch, Julius: "Die Kosten im Handel" in: "Die Grundlagen der Handels-Enquete" (III. Unterausschuß, 9. Arbeitsgruppe, 1. Band), S. 65.

Die Ausschaltungstendenzen gehen nicht nur von der einen Kategorie von Vertragskontrahenten des Sortiments-Großhandels aus, sondern es versuchen sowohl die Lieferanten wie auch seine Abnehmer, ihn zu ersetzen. Bei dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel sind es auf der Lieferanten-seite vornehmlich die Industriebetriebe mit Direktabsatz, die inländischen Produzenten landwirtschaftlicher Erzeugnisse sowie z. T. die Versandgeschäfte. Die Ausschaltung von der Abnehmerseite her erfolgt in erster Linie durch die Bildung von Einkaufsgenossenschaften der Einzelhändler. Im Sinne einer Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels von der Einzelhandelsseite her wirken sich ferner auch die in den letzten vierzig Jahren auf dieser Handelsstufe neu in Erscheinung getretenen Unternehmungsformen wie Filialunternehmungen, Warenhäuser sowie in der jüngsten Zeit der Werks- und Behördenhandel aus. Gleiche Bestrebungen gehen außerdem von den Konsumenten aus, die sich in den örtlichen Konsumgenossenschaften und den diesen übergeordneten Zentraleinkaufsstellen mit getrennter Groß- und Einzelhandelsstufe zusammengeschlossen haben.

Entsprechend ihrer Stellung in der Wirtschaft soll nunmehr dargelegt werden, inwieweit die Konkurrenzunternehmen in der Lage sind, die Funktionen des Sortiments-Großhandels auszuüben.

1. Industriebetriebe mit Direktabsatz

Eine Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels durch die ihn beliefernden Produzenten ist auf zwei Arten möglich: entweder direkt oder indirekt. Die direkte Ausschaltung besteht darin, daß der Produzent unter Umgehung der Großhändler unmittelbar den Einzelhändler beliefert; indirekte Ausschaltung liegt dagegen dann vor, wenn der Produzent unter Umgehung der Groß- und Einzelhandelsstufe geradenwegs mit dem Konsumenten in Beziehung tritt. Als indirekt bezeichnen wir diese zweite Ausschaltungsart deshalb, weil die Leidtragenden hier in erster Linie die Einzelhändler sind, die Ausschaltung den Sortiments-Großhandel somit nur mittelbar - über die Einengung des Geschäftskreises der Einzelhändler trifft. Dieses System,

die Übernahme von Groß- und Einzelhandelsfunktionen durch einen einzelnen Erzeuger, hat zwar in dem zugrunde liegenden Zeitraum in der Nahrungsmittelbranche Eingang gefunden, jedoch ist es von geringerer Bedeutung.

Es soll in diesem Zusammenhang jedoch nicht unerwähnt bleiben, daß Industriebetriebe der Nahrungs- und Genußmittelbranche, ohne eigene Verkaufsfilialen zu besitzen, die Großverbraucher, wie z.B. Krankenhäuser, Pensionate, Strafanstalten, Hotels usw., direkt beliefern. Diese Handelsform, wenn man sie überhaupt als solche bezeichnen darf, entwickelte sich in einer Zeit, in der die Zahl der Großhaushalte und Großabnehmer ständig stieg. Die Umgehung des gewerbsmäßigen Handels durch die Produzenten wird in der Literatur als der "geschlossene Warenweg" bezeichnet. Den Direktverkauf versuchen die Produzenten durch Gewährung einer Art Provision an den Großhändler zu verschleiern. Ob die Provision dem wahren Umsatz auch wirklich entspricht, kann vom Großhändler nicht kontrolliert werden, denn er bekommt meist nur eine kurze Mitteilung etwa folgenden Inhalts:

"Wir haben in Ihrem Bezirk ein Großverbrauchs-
geschäft abgewickelt in der Höhe von DM,
wofür wir Ihnen einen Bonus von DM ... %
ausschütten." 1)

Weghmann²⁾ bezeichnet diese Prämienleistung als "gewissermaßen das personifizierte schlechte Gewissen der händlerausschaltenden Industrie".

Von viel größerer Wichtigkeit jedoch ist die direkte Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels durch die Industriebetriebe mit Direktabsatz, also die Belieferung der Einzelhändler unter Umgehung des Sortiments-Großhandels. Damit ein solches Vorgehen der Produzenten überhaupt möglich ist, muß allerdings eine Voraussetzung gegeben sein, nämlich daß die Stellung

1) Schlicht, Jürgen: "Der Lebensmittel-Großhandel", Regensburg 1949, S. 30.

2) Weghmann, Arnold: "Die Strukturwandlungen des Lebensmittelhandels", S. 62, Stuttgart 1938.

der Produzenten auf dem Markte stärker ist als diejenige der Sortiments-Großhändler. Dies ist heute in der Nahrungsmittelbranche einwandfrei der Fall. Der Grund für die Erscheinung ist in erster Linie darin zu erblicken, daß die Nahrungs- und Genußmittelindustrie nach der Währungsreform in zunehmendem Maße dazu übergegangen ist, ihre Erzeugnisse als Markenartikel zu vertreiben. Eine weitere Ursache dieser stärkeren Stellung der Industriebetriebe liegt darin, daß immer mehr Zweige der Nahrungs- und Genußmittelindustrie unter sich Maßnahmen organisatorischer Art getroffen haben, die dazu bestimmt sind, die Marktposition des Sortiments-Großhandels zu schwächen.

Der den Ausschaltungsbestrebungen der Industriebetriebe zugrunde liegende Gedanke ist zumeist der, daß sie die Funktionen des Großhandels ohne besondere Schwierigkeiten mit den gleichen, wenn nicht sogar mit niedrigeren Kosten ausüben könnten, wodurch dessen ganzes Vermittlungsentgelt, eventuell sogar mehr, ihnen selbst zufiele. Dies bedeutet eine Erhöhung der Profitrate oder eine Belieferung des Einzelhandels zu gesenkten Preisen, was zwangsläufig zu einer Hebung ihrer Konkurrenzfähigkeit führen müßte¹⁾.

Ein weiterer Vorfall, den sich der Produzent aus der Ausschaltung eines Gliedes der Handelskette versprach, war die Tatsache, daß sein neuer Abnehmer, nämlich der Einzelhändler, den Konsumenten - nach dessen Wünschen und Geschmack sich letzten Endes die Produktion eines Gutes richten muß, wenn sie nicht vom Markt verdrängt werden soll - näher steht als der Sortiments-Großhändler. Die diesen wirklichen oder vermeintlichen Vorteilen gegenüberstehenden Nachteile, die mit der Direktbelieferung des Einzelhandels verbunden waren, wurden dagegen vielfach nicht genügend gewürdigt, und die Erfolge aus der neuen Wirtschaftstätigkeit entsprachen in den meisten Fällen nicht den gehegten Erwartungen, wie uns von einigen Produzenten bestätigt werden konnte.

1) Auf das Zweifelhafte dieser Gedankengänge haben wir bereits a.a.O. (vgl. S. 83) hingewiesen.

Als den Hauptgrund für die starke Stellung der Produzenten am Markte und damit für die direkte Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels haben wir die Schaffung von Markenartikeln herausgestellt. Gerade in der Nahrungs- und Genußmittelbranche spielen diese seit Aufhebung der Bewirtschaftung und der damit zwangsläufig verbundenen Konkurrenzzunahme eine außerordentlich wichtige Rolle. Gibt es doch nur noch eine sehr beschränkte Zahl von Nahrungs- und Genußmitteln, die in Lebensmittel- oder Kolonialwarengeschäften nicht fertig abgepackt als Markenartikel bezogen werden können. Der Umstand, daß die meisten Marken Schöpfungen der Industrie sind, birgt für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel die große Gefahr in sich, daß die Produzenten nicht nur diejenigen Großhandelsfunktionen übernehmen, die mit der Markenschöpfung verbunden sind, sondern daß bei diesen Artikeln nach und nach sämtliche der bisher vom Großhandel ausgeübten Funktionen auf sie übergehen können.

Es ist hier nicht der Ort, in längeren Ausführungen auf das Wesen der Markenartikel und deren Vor- und Nachteile für den Handel einzutreten. Eine sehr umfangreiche Markenartikelliteratur hat sich mit diesen Problemen bereits eingehend befaßt.

Durch eine gute Werbung der Markenartikelhersteller bei den Einzelhändlern und Verbrauchern, ist eine teilweise Ausschaltung des Großhandels, auch wenn die Ware nach wie vor durch dessen Hände geht, a priori gegeben. Die Gefahr, daß der Produzent auch die übrigen Funktionen vom Großhandel übernimmt, besteht nun vor allem dann, wenn es ihm gelingt, durch geschickte Werbung bei den Verbrauchern für seine Marke ein sogenanntes Meinungsmonopol zu schaffen. Der Produzent muß die Verbraucher gewissermaßen davon überzeugen, daß ihre Seligkeit nur vom Kauf dieses Artikels abhängt. Wird dieser Zustand erreicht, dann ist der Absatz des Markenartikelproduzenten gesichert, und er kann weitgehend auf die Vermittlung des Sortiments-Großhandels verzichten.

Eine solche Übernahme sämtlicher Großhandelsfunktionen beschränkt sich nun allerdings nicht auf diejenigen Hersteller, die für einen oder mehrere Artikel ein ausgesprochenes Meinungsmonopol besitzen, sondern es wird in der Nahrungs- und Genußmittelbranche der Großhandel, wenn meist auch nur teilweise, von fast allen Markenartikelproduzenten umgangen. Diese teilweise Umgehung besteht darin, daß der Produzent nur Einzelhändler direkt beliefert, deren Bezüge eine gewisse Mindestgröße erreichen, die Bedienung der kleinen und kleinsten unter ihnen der hohen Kosten und Risiken wegen dagegen dem Großhandel überläßt. Von dieser Regel weichen jedoch die Produzenten, besonders in Zeiten von Absatzstockungen, gelegentlich ab, indem sie trotz der damit verbundenen Nachteile jede Bestellung des Einzelhändlers, und wenn sie noch so klein ist, entgegennehmen.

Daneben gibt es in der Nahrungs- und Genußmittelbranche allerdings auch Industrien, die, obwohl auch sie Hersteller von Markenartikeln sind, die Direktbelieferung des Einzelhandels ablehnen, sei es aus prinzipiellen Erwägungen oder sei es der großen Kosten wegen, die durch die Belieferung des Einzelhandels bzw. durch die dazu notwendige Vertriebsorganisation verursacht werden. Wären zum Entscheid der Frage, ob der Einzelhandel direkt beliefert werden solle oder nicht, bei allen Produktionsunternehmungen ausschließlich kostenmäßige Überlegungen maßgebend, so würde das Ausmaß der Ausschaltung des Sortiments-Großhandels durch die Industriebetriebe ohne Zweifel wesentlich kleiner sein; denn es ist unwahrscheinlich, daß bei den Produzenten die Kosten bei der Ausübung der Großhandelsfunktionen niedriger sind, als wenn sie der Großhandel selbst erfüllt¹⁾.

Es ist sogar anzunehmen, daß einzelne Aufwendungen größer sind; man denke nur an das höhere Kreditrisiko des Produzenten, der über die finanziellen Verhältnisse

1) Wie bereits wiederholt angedeutet, basieren die Ausführungen nur auf Auskünften befragter Personenkreise, da hierüber keine statistischen Unterlagen vorhanden sind.

der einzelnen Einzelhändler unmöglich in gleicher Weise informiert sein kann wie der Sortiments-Großhandel, der über die Kreditwürdigkeit der in seinem Geschäftskreis ansässigen Kleinhändler oft überaus gut Bescheid weiß.

Direktabsatz und Absatz unter Zwischenschaltung des Sortiments-Großhandels brauchen einander nicht auszuschießen. Es ist teilweise der Fall anzutreffen, daß Industriebetriebe sowohl Einzel- als auch Großhändler beliefern. Da hierbei ganz bestimmte Rabattsätze vereinbart sind, ergeben sich des öfteren eigenartige Wettbewerbssituationen etwa derart, daß ein Einzelhändler unter gewissen Umständen imstande ist, Großverbraucher billiger zu beliefern, als der am gleichen Platze ansässige Großhändler.

Abschließend sind zur Vervollständigung dieser Untersuchungen noch die Automatenbetriebe und der organisierte Hausierhandel zu nennen. Beide Vertriebsformen sind jedoch für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel von so geringer Bedeutung, daß wir uns nur auf die Namensnennung beschränken können.

2. Einzelhandelsgenossenschaften mit Großhandelscharakter

Die stärkste Konkurrenz des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels stellen die Einzelhandelsgenossenschaften mit Großhandelscharakter dar. Aus diesem Grunde soll ihnen in diesem Absatz besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden.

Die Einzelhändler schufen aus der Not heraus als Abwehrmittel gegen die immer mächtiger werdenden Großunternehmungen des Einzelhandels, wie z.B. die Warenhäuser, die Einheitspreisgeschäfte und Großfilialbetriebe, ihrerseits Organisationen auf genossenschaftlicher Basis, um den Einkauf zu günstigeren Bedingungen vornehmen zu können. Dagegen lag es, wenn sich auch damals seitens der Kleinhändler vielerorts eine gewisse Animosität gegen die Grossisten bemerkbar machte, im allgemeinen nicht in

der Absicht der Gründer, mit ihrer Einkaufsgenossenschaft den selbständigen Nahrungsmittel-Großhandel zu verdrängen, d.h. ihn mit der Zeit zu ersetzen. Die bescheidenen Anfänge der Genossenschaftsunternehmungen ließen auch gar nicht erwarten, daß aus ihnen einst Großunternehmungen erwachsen könnten, die zu derart ernst zu nehmenden Konkurrenten des Nahrungsmittel-Großhandels werden würden, wie sie es heute sind.

In den ersten Jahren des Bestehens, als die Tätigkeit der Genossenschaften fast ausschließlich in der Organisierung von Sammelbezügen und in der Übernahme des Delcredere aus dem Verkehr der Mitglieder mit dem Vertragslieferanten bestand und die wenigen auf Lager geführten Artikel zum größten Teil bei den Grossisten bezogen wurden, konnte von einer Ausschaltung des Nahrungsmittel-Großhandels durch die Einkaufsgenossenschaften noch keine Rede sein. Erst als die Genossenschaften den Lagerverkehr auszubauen begannen, die Waren in zunehmendem Maße direkt bei den Produzenten und Abladern bezogen und sich so durch Übernahme einer immer größeren Zahl von Großhandelsfunktionen auf die gleiche Stufe wie der private Großhandel stellten, konnte man die Einkaufsgenossenschaften als Träger von Ausschaltungsbestrebungen betrachten¹⁾.

Je weniger sich die den Einzelhändlern von ihren Einkaufsgenossenschaften angebotenen Dienste von denjenigen des selbständigen Nahrungsmittel-Großhandels unterschieden, umso mehr bestand natürlich für sie die Möglichkeit, die Warenbezüge auf ihre Genossenschaft zu konzentrieren und die Grossisten in zunehmendem Maße zu übergehen.

Betrachtet man die Umsatzzahlen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels der letzten Jahrzehnte, so erkennt man einen beträchtlichen Zuwachs, so daß man annehmen

1) Ein wesentlicher Grund für die Vermittlung einer immer größeren Zahl von Artikeln ab Eigenlager war das Verhalten der Produzenten, die die Einkaufsgenossenschaften durch ein stark abgestuftes Mengenrabattsystem gegenüber dem selbständigen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel teilweise bedeutend bevorzugten.

könnte, daß durch die Genossenschaften keine Ausschaltung erfolgt sei. Das ist jedoch falsch; denn es gibt nicht nur eine durch absolute Zahlen in Erscheinung tretende Ausschaltung, sondern auch eine relative. Eine solche relative Ausschaltung liegt dann vor, wenn die durch Bevölkerungszuwachs - sei es durch Geburtenzuwachs oder durch die Zuführung Vertriebener und Flüchtlinge - zustandegekommene Erhöhung des Lebensstandards und Deckung des Nachholbedarfs und andere Faktoren verursachte verstärkte Nachfrage auf einer Wirtschaftsstufe nicht mehr durch die bisher hier tätigen Unternehmungen befriedigt, sondern wenn dieser Nachfragezuwachs von einer neuen Kategorie von Unternehmungen oder sogar von mehreren neuen Kategorien absorbiert wird. In diesem Sinne kann man, unter Berücksichtigung der von den Einkaufsgenossenschaften im Lagerverkehr heute erzielten Umsätze, unbedenklich von einer ganz bedeutenden Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortimenta-Großhandels sprechen.

Die Folge der Tätigkeit der Einkaufsgenossenschaften muß dem Außenstehenden wohl oder übel paradox erscheinen, indem eine Selbsthilfemaßnahme der selbständigen Einzelhändler, d.h. eine Maßnahme zum Zwecke der Erhaltung ihrer Existenz, umgekehrt bei anderen freien Existenzen, im Sinne einer Erschwerung und Existenzgefährdung des selbständigen Geschäfts wirkt. Es ergibt sich somit der vom mittelstandspolitischen Standpunkt aus keineswegs begrüßenswerte Fall, daß die eine Mittelstandsschicht sich durch bewußte Einschränkung des Tätigkeitsgebietes einer anderen die Existenz zu sichern sucht.

Eine Analyse der " E d e k a " ¹⁾ soll uns nunmehr verdeutlichen, wie groß die Gefahren der Genossenschaften für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel sind.

Der Bedeutung der Edeka entsprechend soll auf ihren organisatorischen Aufbau näher eingegangen werden. Der

1) E d e k a = Einkaufsgenossenschaften deutscher Kolonialwarenhändler.

Aufbau der mittelständischen Einkaufsgenossenschaften im Nahrungsmittel-Sektor gliedert sich wie folgt:

231 örtliche Edeka-Genossenschaften im Bundesgebiet, zumeist unter der Firmierung "Edeka-Großhandel eGmbH", umfassen z.Z. 27.900 Mitglieder aus dem Nahrungsmittel-Einzelhandel. Sie erzielten einen Großhandelsumsatz im Jahre:

1948	von	386 Millionen	DM
1949	von	505 "	"
1950	von	628 "	"
1951	von	726 "	"

Die Edeka-Genossenschaften haben sich zur Erhöhung ihrer Einkaufsleistung zu folgenden Zentralgenossenschaften zusammengeschlossen:

Edeka-Zentrale eGmbH Hamburg für das Außenhandelsgeschäft;
Edeka-Bank eGmbH Hamburg für die finanzwirtschaftliche Abwicklung;

alle örtlichen Edeka-Genossenschaften werden nach den gesetzlichen Vorschriften im Hinblick auf ihre ordnungsgemäße Geschäftstätigkeit durch den Edeka-Verband Deutscher Kaufmännischer Genossenschaften e.V., Hamburg geprüft und betreut.

Die Edeka-Genossenschaften sind nach dem Regional- bzw. Lokalprinzip ausgebaut, d.h. sie umfassen als Mitglieder die Lebensmittel-Einzelhändler am Sitz und in der näheren Umgebung.

Die örtlichen Edeka-Genossenschaften sind selbständige kaufmännische Unternehmungen in Genossenschaftlicher Rechtsform mit eigenen Verwaltungsorganen nach den Bestimmungen des Genossenschafts-Gesetzes. Sie wurden gegründet, um mittels gemeinschaftlichen Geschäftsbetriebes in Gestalt einer Nahrungsmittel-Großhandlung die Leistungsfähigkeit der angeschlossenen Einzelhändler im täglichen Wettbewerb zu stärken.

Neben den Edeka-Genossenschaften gibt es, wie schon erwähnt, die Edeka-Zentrale, die den zentralen Einkauf im Inlandsgeschäft für die angegliederten Edeka-Genossenschaften besorgt. Ähnliche Aufgaben erfüllt die Edeka-Import, die den geschlossenen Großeinkauf im Auslandsgeschäft durchführt. Im Laufe der letzten Jahre hat die

Edeka begonnen, eigene Artikel auf den Markt zu bringen, um auf dem Gebiet der Markenartikel vorhandene Lücken zu schließen. Zum anderen will sie aber auch damit die Position der Edeka-Einzelhandelskaufleute stärken, um diese zum Wettbewerb mit den Großbetriebsformen im Einzelhandel zu befähigen.

Die Lagerhaltung der Edeka-Organisation erfolgt unter dem Gesichtspunkt der Vermeidung einer unwirtschaftlichen und kostenerhöhenden Belastung der Mitglieder; sie sichert eine schnelle Belieferung der Mitglieder mit Waren des Edeka-Sortiments nach den genossenschaftlichen Grundsätzen einer gerechten und gleichmäßigen Versorgung. Die sich durch moderne bauliche Gestaltung und zweckmäßige Raumanordnung auszeichnenden Lager der Edeka schaffen alle Voraussetzungen, um eine hohe Belastung der Sortimentsgüter mit Lagerkosten und eine dadurch hervorgerufene Preiserhöhung zu vermeiden. Über die eigene Lagerorganisation hinaus unterhält die Edeka einen Fuhrpark, der sich aus 758 LKW's und 340 PKW's zusammensetzt. Die Gesamttonnage beläuft sich auf 2.062 LKW-Tonnen.

Der in der Edeka genossenschaftlich zusammengefaßte Einzelhandel ist nicht nur Träger der volkswirtschaftlich wichtigen Großhandelsfunktionen mit der Richtlinie einer betriebswirtschaftlichen Mindestkalkulation, sondern er stellt zugleich eine Leistungsgemeinschaft aller Mitglieder dar. Die durch die genossenschaftliche Selbsthilfe erwirkte Selbstbehauptung des gewerblichen Mittelstandes ist nicht allein Zweck der Organisation. Darüber hinaus begründet die Leistungsgemeinschaft die Verpflichtung zur Leistungssteigerung zugunsten der Verbraucherschaft, um deren Versorgung durch Rationalisierung und Preisverbilligung zu verbessern.

Im wesentlichen beliefern die Edeka-Genossenschaften nur Kunden in risikolosen Absatzgebieten. Einzelhändler in fern- und abseitsgelegenen Ortschaften werden kaum beliefert und die vielen kleinen, sich auf dem Land befindenden und z.T. verschuldeten Geschäfte finden bei der

Edeka keine Aufnahme. Der Schwerpunkt der Betriebstätigkeit der Gesellschaft liegt auf dem Absatz von Markenartikeln. Während der Markenartikelumsatz beim Nahrungsmittel-Großhandel nur ungefähr 10 bis 12 % des Gesamtumsatzes beträgt, liegt er bei der Edeka bei 40 % des Gesamtumsatzes.

Abschließend sei festgestellt, daß die Einzelhandelsgenossenschaften mit Großhandelscharakter trotz ihrer Ausdehnung an die Bedeutung des Nahrungsmittel-Großhandels bei weitem nicht heranreichen.

3. Großunternehmungen des Einzelhandels

Unter den Begriff Großunternehmungen des Einzelhandels fallen sämtliche auf kapitalgesellschaftlicher oder genossenschaftlicher Grundlage aufgezogenen Konkurrenzorganisationen des selbständigen Nahrungsmittel-Einzelhandels, wie z.B. die Einkaufs- und Konsumgenossenschaften, die Filialunternehmungen, die Kauf- und Warenhäuser und die Versandgeschäfte. Wenn wir die Einkaufsgenossenschaften von diesem Konkurrenzkomplex gesondert im vorangegangenen Abschnitt ausführlich behandelt haben, so nur deswegen, da die durch sie angestrebte Ausschaltung mit derjenigen der übrigen Träger nicht auf einer Ebene verglichen werden kann¹⁾.

Grundsätzlich lassen sich die vorgenannten Konkurrenzorganisationen in zwei Kategorien einteilen: die erste Gruppe besteht aus denjenigen Unternehmungen, die in der Regel nur einen einzigen Betrieb besitzen (Kauf- und Warenhäuser), während zur zweiten diejenigen zählen, denen eine Mehrzahl von Betrieben zugehört (Filialunternehmungen). Gemeinsam ist allen diesen Unternehmungen, die sich hinsichtlich der Beteiligten und des Unternehmungszweckes stark von einander unterscheiden, nur eines: der Entstehungsgrund. Ihre Gründung erfolgte nämlich durchwegs

1) Mit der Gründung von Einkaufsgenossenschaften war nicht die Absicht verbunden, den Großhandel weitgehend auszuschalten bzw. ihn zu ersetzen. Vielmehr wurden sie aus der Not heraus als Abwehrmittel gegen die ständig wachsenden Großunternehmungen des Einzelhandels gegründet (vgl. hierzu S. 89 und 90). Aus diesem Grunde schien eine getrennte Behandlung erforderlich.

aus der Überzeugung heraus, daß mit einer neuen Unternehmungsform die Einzelhandelsfunktionen rationeller erfüllt werden könnten, als dies durch den traditionellen Einzelhandel geschehe.

Ob ein besseres Verhältnis zwischen Kosten und Umsatz bei allen diesen Neugründungen wirklich auch erreicht worden ist, bleibe dahingestellt. Wesentlich für uns ist nur die Tatsache, daß die Ausschaltungsbestrebungen der Großunternehmungen des Einzelhandels besonders die Kleinunternehmungen dieser Wirtschaftsstufe und damit die wichtigste Kategorie von Abnehmern des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels treffen. Wir haben es also auch hier wieder mit der schon bei der Behandlung der Industriebetriebe mit Direktabsatz erwähnten indirekten Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels zu tun. Aus dieser Bezeichnung "indirekte Ausschaltung" darf allerdings nicht der Schluß gezogen werden, daß diese Ausschaltungsart für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel eine nur untergeordnete Bedeutung habe. Im Gegenteil, die andauernde Schwächung des kleinst- und mittelbetrieblichen Kleinhandels kann, da dieser effektiv die Existenzgrundlage des selbständigen Nahrungs- und Genußmittel-Großhandels darstellt, u.U. viel rascher zu dessen Zermürbung führen als die Konkurrenz neuer Unternehmungen auf der Großhandelsstufe, die ihrerseits selbst ein Interesse am Fortbestehen eines starken Kleinhändlerstandes haben.

Eine Geschäftsverbindung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels mit den einzelhändlerischen Großunternehmungen hat z.T. überhaupt nie existiert, zum anderen Teil bestand sie durchwegs nur in gelegentlichen Bezügen beim privaten Großhandel. Ihr Massenbedarf und ihre Kapitalkraft ermöglichten es eben diesen Unternehmungen in der Regel von Anfang an, sich unter Umgehung des selbständigen Großhandels direkt bei den Produzenten einzudecken, die wichtigsten Großhandelsfunktionen also selber zu übernehmen. Auch die in anderen Branchen von den Großunternehmungen heute teilweise noch praktizierte "Deckung eines plötzlich auftretenden Spitzenbedarfs, eines durch Fehldisposition dringlichen Neubedarfs oder eines musterreichen

individuellen Bedarfs" bei den selbständigen Großhandelsunternehmungen, die Kosiol¹⁾ erwähnt, dürfte im Nahrungs- und Genußmittelhandel zu den Seltenheiten zählen und kommt, weil Ersatz von den Herstellern wohl meist ebenso rasch beschafft werden kann, möglicherweise überhaupt nicht vor.

Gemäß dem von ihren Gründern in der Wirtschaft eingenommenen Standort lassen sich die Großunternehmungen des Einzelhandels in vier Gruppen einteilen: die bedeutendste von allen ist die konsumgenossenschaftliche, also jene Gruppe, bei der die Initiative zur Gründung der einzelnen Unternehmungen von den Konsumenten ausgegangen ist. Die nächstwichtige Gruppe bilden diejenigen Unternehmungen, die sich entweder aus kleinen und mittleren Geschäften zur heutigen Größe entwickelt haben oder die gleich als Großunternehmungen gegründet wurden. Eine dritte Gruppe hat ihren Ursprung in Großhandelshäusern, deren Inhaber zum Zwecke der Absatzvermehrung ihren Unternehmungen eine Anzahl Einzelhandelsbetriebe angegliedert haben. Bei der vierten Gruppe endlich handelt es sich um die schon erwähnten Absatzorganisationen der landwirtschaftlichen Produzenten.

Die diesen vier Gruppen angehörenden Unternehmungsformen lassen sich, wie erwähnt, fast ausnahmslos in eine der beiden großen Kategorien, Massenfilialunternehmungen oder Kauf- und Warenhäuser, einteilen. Für die Nahrungs- und Genußmittelbranche und damit für die Ausschaltung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels von wesentlich größerer Bedeutung sind die Massenfilialunternehmungen, auf deren Behandlung deshalb im folgenden das Hauptgewicht gelegt werden wird; auf die Kauf- und Warenhäuser, die Nahrungs- und Genußmittel meist nur als Nebenartikel führen, werden wir erst am Ende des Abschnitts zu sprechen kommen.

1) Kosiol, Erich: "Großhandel" im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, II. Auflage, Spalte 2164.

Die Verhältnisse bei den Großunternehmungen des Einzelhandels hinsichtlich des Einkaufs stellen klar einen Beweis für unsere Behauptung dar, daß die Großhandelsstufe in der Wirtschaft nicht eliminiert werden könne, haben sich doch sämtliche der zu besprechenden Unternehmungsformen spezielle, mehr oder weniger selbständige Einkaufsorganisationen angegliedert. In der Mehrzahl der Fälle sind diese Einkaufsstellen nur für eine einzige Unternehmung tätig, doch kommt es auch vor, daß gleichzeitig für mehrere Unternehmungen eingekauft wird, wie es beispielsweise bei den Warenhauskonzernen der Fall ist. Von der Tätigkeit der Betriebe des Großhandels unterscheidet sich diejenige dieser Einkaufsorganisationen oft nur wenig¹⁾.

Es ist deshalb nicht wahrscheinlich, daß diese Organisationen der einzelhändlerischen Großunternehmungen, verglichen mit rationell geführten Betrieben des Sortiments-Großhandels bei gleichen Bedingungen zu wesentlich geringeren Kosten einkaufen können²⁾.

Ein Preisunterschied im Einkauf dürfte sich für die Großunternehmungen einzig aus den wegen des Massenbedarfs vorteilhafteren Konditionen der Produzenten ergeben, über dessen Größe natürlich keine generellen Aussagen gemacht werden können.

Die weitaus bedeutendste Organisation unter den großunternehmerischen Konkurrenten des selbständigen Nahrungsmittel-Einzelhandels ist die K o n s u m g e n o s s e n s c h a f t .

Das historisch erste Arbeitsgebiet der Konsumgenossenschaften, der Handel mit Nahrungsmitteln, stellt auch heute noch das wichtigste Arbeitsgebiet dar. Da schon

Die Unterschiede sind besonders dort sehr gering, wo die Einkaufsstelle, ebenso wie der Grossist seine Kunden, eine Anzahl von Filialen zu beliefern hat.

2) Vgl. dazu Herrmann, Walther: "Die Rationalisierung im Lebensmittelhandel" in: Die Bedeutung der Rationalisierung für das deutsche Wirtschaftsleben, S. 408.

in den früheren Jahren diese Verbraucherzusammenschlüsse, die den Zweck hatten, die Bevölkerung - insbesondere die Arbeiterschaft - mit Nahrungsmitteln und Gebrauchsgesamständen zu niedrigen Preisen zu versorgen, große Erfolge hatten, konnten sie sich auch nach 1945 - wohl unterstützt durch gewisse steuerliche Vorteile und durch das Nichtmitglieder-Geschäft - schnell erholen. Diese Organisationen, deren Bedarf anfänglich in vielen Artikeln noch zu gering war, um sich direkt bei den Produzenten eindecken zu können, gehörten lange zu den Abnehmern des selbständigen Großhandels. Indem sie die Genossenschaften belieferten, unterstützten die Grossisten indirekt Bestrebungen, die auf ihre Ausschaltung gerichtet waren, denn es ist selbstverständlich, daß die einzelnen Konsumgenossenschaften, je mehr sie erstarkten, in desto größerem Umfange die Funktionen des Großhandels übernahmen. In diesem Streben, sich möglichst alle durch den Massenbezug zu erreichenden Vorteile im Einkauf zunutze zu machen, geht man bei dem Einkauf sogar so weit, den Großbezug nach Möglichkeit nur bei den Produzenten der GEG¹⁾ vorzunehmen.

Da die Konsumgenossenschaften auf Grund ihrer relativ konstanten Mitgliederzahl stets mit dem Absatz bestimmter Warenmengen rechnen können, ist es möglich, Fehldispositionen auszuschalten und den GEG-Produzenten einen gleichmäßigen Beschäftigungsgrad zu sichern.

Die Abgabe der Ware an die Mitglieder erfolgt zu handelsüblichen Preisen in Verkaufsstellen, die bezüglich ihrer Aufmachung und räumlichen Gestaltung weitgehend anderen Einzelhandelsgesellschaften entsprechen. Der Geschäftsfinanzierung dienen nicht nur die Genossenschaftsanteile, sondern auch in erheblichem Maße die Spargelder der Genossen. Der während einer bestimmten Geschäftsperiode erzielte Überschuß wird in Form von Rückvergütungen an die Genossen nach Maßgabe der Höhe ihrer Warenbezüge verteilt. Hierbei ist die Ausschüttung oder völlige bzw. anteilige Einbehaltung des Gewinnes von der Entscheidung

1) GEG = Großeinkaufsgenossenschaft.

der Genossen abhängig. Über die Entwicklung und die Bedeutung der Konsumgenossenschaften im Bereich des Nahrungsmittelhandels, geben die folgenden Zahlen Aufschluß¹⁾:

<u>Jahr</u>	<u>Umsatz in Mill. RM/DM</u>	<u>Gebiet</u>
1930	817	Reichsgebiet
1945	252	Bundesgebiet
1946	334	"
1947	408	"
1948	569	"
1949	716	"
1950	844	"
1951	1.089	"

Gebietliche Aufteilung des Umsatzes nach Verbänden

<u>Verband</u>	<u>1950</u>	<u>1951</u>	<u>%</u>
Nordw.	178,8	223,5	25,0
Nordrh.-W.	288,1	378,3	31,3
Südw.	118,1	149,7	26,8
Bayern	118,7	154,3	30,0
Württ.-Baden	140,1	183,0	30,6
Bund	insgesamt 843,8	1.088,8	29,0

Umsatz GEG

<u>Jahr</u>	<u>in Mill. RM / DM</u>	<u>Gebiet</u>
1924	192,6	Reichsgebiet
1934	294,8	"
1938	326,8	"
1945	67,5	Bundesgebiet
1946	101,1	"
1947	156,1	"
1948	315,8	"
1949	343,3	"
1950	410,2	"
1951	552,8	"

1) Vgl. Anhang XII Seite 141 und XIII Seite 142.

Bei der Würdigung dieser Zahlenangaben darf man allerdings nicht vergessen, daß ein bestimmter Prozentsatz dieser Umsätze - über deren Höhe bisher keine Unterlagen existieren - nicht Nahrungsmittel, sondern branchenfremde Artikel, wie Haushaltsgegenstände usw., betrifft. Dies ändert jedoch nichts an der Tatsache, daß Jahr für Jahr ganz bedeutende Mengen an Lebensmitteln in den Verkaufsläden der Genossenschaften abgesetzt werden und so dem selbständigen Nahrungsmittel-Einzelhandel ein sehr grosser Anteil am Umsatz entzogen wird.

Von wesentlich geringerer Bedeutung als die in diesem Abschnitt bisher behandelten Unternehmungsformen sind im Hinblick auf die Ausschaltung des selbständigen Nahrungsmittel-Einzelhandels die K a u f - und W a r e n h ä u s e r . Während in den ersten Jahren des Aufbaus dem Vertrieb von Nahrungs- und Genußmitteln nur eine relativ geringe Aufmerksamkeit geschenkt wurde, ist man in neuerer Zeit in zunehmendem Maße dazu übergegangen, den Betrieben umfangreiche Lebensmittelabteilungen anzugliedern. Daß man mit dem Aufbau von Nahrungsmittel-Abteilungen in verkaufsgünstig gelegenen Teilen der Warenhäuser und ihrer z.T. luxuriösen Einrichtung auf dem richtigen Wege ist, beweisen die steigenden Anteile der Nahrungsmittel-Abteilungen am Gesamtumsatz. Der im Bundesgebiet am weitesten verzweigte Warenhausbetrieb, der "Westdeutsche Kaufhof", veröffentlichte vor geraumer Zeit im Rahmen eines Jahresberichts für seine Mitarbeiter einige Umsatzziffern, aus denen die steigende Bedeutung der Nahrungsmittel-Abteilungen dieses Betriebes klar ersichtlich wird.

Nach den Angaben des Westdeutschen Kaufhofs lagen die Nahrungsmittelumsätze mit 11 v.H. im Jahre 1938 an zweiter Stelle des Gesamtumsatzes. Im Jahre 1949, dem ersten Jahr nach der Währungsreform, stieg der Anteil der Nahrungsmittel auf 14 v.H. Diese Entwicklung setzte sich in den darauffolgenden Jahren fort. Ende 1950 lag der Lebensmittelanteil bei 18 v.H. des Gesamtumsatzes

und im Jahre 1951 stieg er sogar bis auf 22 v.H., sank jedoch in der darauffolgenden Zeit in geringem Umfang. Die Steigerung des Umsatzes ist nach dem Bericht dieses Kaufhauses das Ergebnis einer zielbewußten Geschäftspolitik. Die Käufer sollen mit preiswerten und guten Waren bedient und das Sortiment dementsprechend auf relativ wenige verkaufsinteressante Artikel beschränkt werden.

Bestünde die Möglichkeit, den Lebensmittelumsatz von allen Kauf- und Warenhäusern der Bundesrepublik zu ermitteln, so käme uns erst zum Bewußtsein, wie groß die Konkurrenz dieses Wirtschaftszweiges für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ist.

4. Werks- und Behördenhandel

In der Zeit vor der Währungsreform entstand dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel im sogenannten Werks- und Behördenhandel ein nicht unbedeutender Konkurrent. Bedingt durch die Nöte der hinter uns liegenden Mangeljahre waren die Bemühungen vieler Betriebe begreiflich, die Arbeitskraft ihres Personals durch Beschaffung zusätzlicher Lebensmittel und sonstiger Bedarfsgegenstände zu erhalten. Obwohl der Mangel und die Bewirtschaftung längst aufgehört haben, ist der Werks- und Behördenhandel jedoch nicht verschwunden, sondern hat im Gegenteil an Bedeutung zugenommen. Die Ursache hierfür ist vornehmlich in dem Bestreben zu sehen, unter Umgehung des normalen Versorgungsweges zumindest einen Teil des täglichen Bedarfs für die Betriebs- und Behördenangehörigen durch Großverkauf billig zu beschaffen.

Dieser Wunsch mag verständlich erscheinen, hält aber einer kritischen Durchleuchtung nicht stand. Zunächst ist die Frage zu stellen: was gewinnt der so versorgte Verbraucher wirklich?

Durch Direktbezug vom Erzeuger und durch Ausschaltung der Handelsstufen ist u.U. ein niedriger Verkaufspreis möglich. Aber die Arbeitsweise des Werks- und Behördenhandels schließt notwendigerweise alle diejenigen Vorteile

für den Käufer aus, die allein der Handel zu bieten vermag: die Auswahl aus einem breiten Warensortiment, die in der Erfahrung des fachlich geschulten Kaufmanns begründete Qualitätsgarantie und die jederzeitige Einkaufsmöglichkeit bei wirklichem Bedarf in jeder kleinen Menge. Dem gegenüber stehen als Bezugsquellen hinter einem ungeschulten, meist persönlich am Absatz interessierten Mitglied des Betriebes oft Lieferanten, die auch solche Warenposten über den Werks- und Behördenhandel abzustoßen versuchen, deren Qualitäten den Anforderungen im Wettbewerb nicht immer genügen.

Entscheidend für die Entwicklung des Werks- und Behördenhandels ist der Preisvergleich. Er erweckt den Anschein, als ob der Handel durch seine "überflüssige" Einschaltung und eine "ungerechtfertigte" Spannenforderung die Ware unnötig verteuert. Preisvergleiche aber kann man nicht anstellen, wenn nicht die gleichen Wettbewerbsvoraussetzungen vorliegen. Die Spannen des Handels sind fast ausschließlich durch Kosten für Leistungen bedingt, die auch im Werks- und Behördenhandel nicht umgangen werden können, die aber dort praktisch zu Lasten des Betriebes übernommen werden. Personalkosten werden z.B. erspart, weil die mit der Beschaffung und Verteilung der Ware befaßten Betriebsangehörigen diese Tätigkeit während ihrer Dienstzeit abwickeln. Auch die Käufer der Waren dürfen während der Dienstzeit ihre Bestellungen aufgeben und die Lieferungen empfangen. Eventuell erforderliche Vorauszahlungen oder Kasse bei Lieferung gehen zunächst einmal zu Lasten des Werks, das oftmals auch den Transport, eine vorübergehende Einlagerung und auch das damit verbundene Risiko für Schwund und andere Schäden übernimmt.

Wenn auch diese Kosten zwar nicht den Werks- und Behördenverbraucher belasten, so treffen sie immerhin den Betrieb und fallen der Allgemeinheit zur Last, indem sie die Gesamtkalkulation des Betriebes beeinflussen.

Ein weiterer durch den Werks- und Behördenhandel Geschädigter ist neben dem Nahrungsmittel-Großhandel der Fiskus, denn nur selten dürften vom Werks- und Behördenhandel die Steuerbeträge entrichtet werden, die der Handel für seine Umsätze aufzubringen hat. Das gilt sowohl für die Umsatzsteuer als auch für die Ertragssteuer. Eine sorgfältige Schätzung des durch den Werks- und Behördenhandel entstehenden Steuerausfalls ergab im Jahr 1951 einen Jahresbetrag von ca. 120 Mill. DM.

Hervorgehoben werden muß noch, daß sich der Werks- und Behördenhandel auf solche Waren beschränkt, die günstige Spannen zulassen und daß er keine sogenannten sozialkalkulierten Artikel führt. Damit entzieht sich der Werks- und Behördenhandel dem echten Wettbewerb. Begünstigt durch ihn werden nur bestimmte Gruppen von Betriebs- und Werksangehörigen, ein Tatbestand, der neben dem Lebensmittel-Einzelhandel auch den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel immer wieder in Presse und Parlament gegen den Werks- und Behördenhandel Stellung nehmen ließ.

Die vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel und vom Lebensmittel-Einzelhandel immer wieder vorgebrachte Forderung: "Schluß mit dem Werks- und Behördenhandel!" hat in letzter Zeit auf dem Teilgebiet des Behördenhandels zu gewissen Ergebnissen geführt. Kurz vor den Weihnachtstagen 1952 - seine "Blütezeit" erlebte der Werks- und Behördenhandel aus den dargelegten Gründen meist vor Weihnachten und Ostern - erließ das Bundeswirtschaftsministerium an die in Frage kommenden Dienststellen des Bundes und der Länder Richtlinien über das Verbot der Veranstaltung von Sammlungen, den Vertrieb von Waren und die Durchführung von Sammelbestellungen in den Diensträumen der Verwaltungen. Erst durch einen Erlaß des Bundesministers vom 26. November 1953 wurde dem Behördenhandel endgültig eine Beschränkung auferlegt¹⁾.

1) Bericht der Industrie- und Handelskammer zu Osnabrück 1952/53, S. 48.

Auch gegen den Werkshandel, der durch diese Richtlinien des Bundesministeriums nicht betroffen wird, wird von Seiten des Staates energisch Stellung genommen. So hat der Bundes-Wirtschaftsminister, ebenfalls in den Tagen vor Weihnachten 1952, an die Organisationen der Wirtschaft die Forderung gerichtet, den Werkshandel zu beseitigen.

VI. Wirkungen der Konkurrenzunternehmungen auf den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel

Geht man von der Tatsache aus, daß die meisten der besprochenen Konkurrenzunternehmungen, die eine Ausschaltung anstreben, mit der Ausübung von Großhandelsfunktionen nur begonnen haben, weil sie glaubten, diese wirtschaftlicher als der Sortiments-Großhandel erfüllen zu können, dann ist es in höchstem Grade erstaunlich, was für einen bedeutenden Umsatz die Großhandelsunternehmungen der Nahrungsmittelbranche heute noch tätigen und wie groß ihr Bestand immer noch ist. Dies verwundert umso mehr, wenn man bedenkt, daß die ersten auf seine Ausschaltung hinzielenden Anstrengungen bereits vor nahezu 100 Jahren gemacht wurden. Das will jedoch nicht heißen, daß die von allen Seiten gegen den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel geführten Angriffe spurlos an ihm vorbeigegangen seien; im Gegenteil, die Funktionenübernahme durch andere Unternehmungsformen hat sein Tätigkeitsgebiet wesentlich eingeengt. Über den Umfang dieser Ausschaltung ist man jedoch nur auf Vermutungen angewiesen. Fehlendes Unterlagenmaterial macht auch eine klare Beantwortung der Frage, ob auch im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel eine sogenannte Übersetzung herrscht, d.h. ob die Leistungskapazität (Zahl der Betriebe und Beschäftigten) im Verhältnis zur Beanspruchung zu groß ist oder nicht, durch den großen Nachholbedarf in der Wiederaufbauperiode unmöglich.

Von den verschiedenen Auswirkungen, welche Ausschaltungsbestrebungen auf dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel gehabt haben, sind deren zwei von besonderer Bedeutung.

Einmal ist ganz unbestreitbar im Vergleich zu früher eine weitgehende Verlagerung der Großhandelstätigkeit von den Nachfragezentren - nämlich den großen und mittleren Städten - in Gebiete der verstreuten Nachfrage festzustellen. Der Grund für diese Entwicklung liegt vor allem darin, daß an den größeren Plätzen sich die Konkurrenzierung der Abnehmer des Großhandels durch Massenfiliälenunternehmen und Verkaufsablagen der Produzenten viel drückender bemerkbar macht als auf dem Lande. Oft sind zudem die Krämer in den Dörfern wesentlich zahlungs- und kreditfähiger als ihre Kollegen in der Stadt. Nachteilig wirkt sich dagegen für den Sortiments-Großhandel diese Veränderung seines Kundenkreises auf die Höhe seiner Vertriebskosten aus.

Die andere hier zu erwähnende Auswirkung der Ausschalungsbestrebungen auf den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ist die Zunahme der Geschäfte mit hohem Risiko. Dies ist darauf zurückzuführen, daß diejenigen Kunden des Großhandels, die Mitglieder von Einkaufsgenossenschaften werden oder in größerem Ausmaß zum Direktbezug bei den Produzenten übergehen, fast durchweg der finanziell gut ausgerüsteten Schicht der Einzelhändler angehören. Diejenigen Kleinhändler, die sich ausschließlich beim Grossisten eindecken, sind - besonders was die in der Stadt ansässigen betrifft - in einer großen Zahl von Fällen kreditbedürftig. So wird gerade im Nahrungsmittelhandel Klage darüber geführt, daß das "Anschreiben" ungesunde Ausmaße angenommen hat¹⁾.

Da Kreditbedürftigkeit zudem oft mit Leistungsschwäche identisch ist, verursacht auch die Belieferung dieser Kategorie von Abnehmern dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel in der Regel höhere Kosten als die Bedienung kapitalkräftiger leistungsfähiger Kunden. Der Grund für diese Kreditbedürftigkeit des Einzelhandels ist häufig der, daß ein großer Teil der mit genügenden Barmitteln ausgestatteten Konsumenten seinen Bedarf bei den Filialgeschäften befriedigt, während die Kunden des selbständigen

1) Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer zu Osnabrück vom 21. Mai 1954, S. 47.

Nahrungsmittel-Einzelhandels sehr oft darauf angewiesen sind, daß ihnen für die Warenbezüge ein Kredit eingeräumt wird.

Daß trotz der mannigfachen Ausschaltungsbestrebungen heute noch ein sehr bedeutender Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel tätig ist, beweist deutlich, daß seine speziellen Dienste von der freien Wirtschaft noch nach wie vor benötigt werden. Zu seiner Erhaltung trug ferner auch bei, daß sich die Hoffnung auf massive Preissenkungen bei Eliminierung des Großhandelsgewinnes in den meisten Fällen nicht erfüllt hat. Auf der anderen Seite kann allerdings nicht bestritten werden, daß der Umsatz der den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ausschaltenden Unternehmungsformen, von einigen konjunkturbedingten Rückschlägen abgesehen, sich bis heute immer weiter entwickelt hat. Aus diesem Grunde ist es für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel lebenswichtig, alle Maßnahmen zu ergreifen, die geeignet sind, seine Konkurrenzfähigkeit zu erhöhen. Er hat umso mehr Aussicht, im Kampf gegen die ihn ausschaltenden Organisationen erfolgreich zu bestehen, als es in keiner Weise bewiesen ist, daß der kostenmäßige Vorsprung, den die Konkurrenzorganisationen - wenn auch nicht in dem von ihnen seinerzeit erhofften Ausmaß - teilweise besitzen, nicht aufholbar wäre. Die Aufgabe, die sich für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel somit stellt, besteht vor allem darin, Mittel und Wege zu suchen, um seine Kosten so weit wie möglich zu senken und damit die Warenvermittlung rationeller zu gestalten. Welche Maßnahmen in diesem Bestreben vom Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel bereits angewendet werden und welche Wege noch offen stehen, soll in den folgenden Abschnitten untersucht werden.

VII. Maßnahmen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels gegen die Ausschaltungsbestrebungen der Konkurrenzorganisationen

Es ist nicht der Zweck dieses abschließenden Kapitels, rückblickend festzustellen, welche Abwehrmaßnahmen der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel bis heute gegen

sie auf seine Ausschaltung hinielenden Bestrebungen ergriffen hat und Betrachtungen über deren Erfolg oder Mißerfolg anzustellen. Es handelt sich hier vielmehr um eine kurze kritische Betrachtung jener Maßnahmen, die der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel gegenwärtig anwendet, um seiner Ausschaltung entgegenzuwirken. Im Anschluß daran sollen noch Abwehrmaßnahmen, deren sich der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel noch nicht bedient hat, behandelt werden, die aber u.E. im künftigen Konkurrenzkampf, der bei Normalisierung unserer Versorgungslage zweifellos wieder ausbrechen wird, geeignet sein könnten, seine Stellung zu stärken.

Gemeinsam haben alle die verschiedenen Maßnahmen nur eines, sie stehen grundsätzlich im Dienst der Kosten-degression. Aus diesem Grunde sind die Abwehrmaßnahmen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels nicht nur von privatwirtschaftlicher, sondern auch von gesamtwirtschaftlicher Bedeutung, bewirken sie doch eine Senkung der Produktionskosten innerhalb der Volkswirtschaft und ermöglichen dadurch eine Vergrößerung des Sozialprodukts.

Für die Einteilung der verschiedenen Abwehrmaßnahmen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels gibt es mehrere Möglichkeiten. Am zweckmäßigsten erscheint die Klassierung nach den Trägern dieser Gegenmaßnahmen, d.h. danach, wer im Einzelfall eine Maßnahme durchführt: eine einzelne Unternehmung oder eine Mehrzahl von Unternehmungen. Eine reine Scheidung in diese zwei Gruppen läßt sich allerdings nicht vornehmen, indem verschiedene dieser Maßnahmen sowohl von einer Unternehmung für sich wie auch von mehreren Unternehmungen gemeinsam angewandt werden können. Im allgemeinen wirksamer und daher auch vielfach häufiger sind diejenigen Abwehrmaßnahmen, die von einer Mehrzahl von Unternehmungen, d.h. auf verbundsmäßiger Grundlage, durchgeführt werden.

1. Abwehrmaßnahmen einzelner Unternehmungen

Unter den Maßnahmen, die von der einzelnen Unternehmung ausgehen, ist diejenige von größter Bedeutung, die bezweckt, unter Anwendung aller Mittel, die Technik und

planmäßige Organisation bieten, bei geringstmöglichen Kosten den höchstmöglichen Erfolg zu erzielen, die Betriebsrationalisierung ¹⁾.

Durch die optimale Steigerung der Leistungsfähigkeit des Betriebes, d. h. durch die Erfüllung der Großhandelsfunktionen mit möglichst geringen Kosten, ist eine Senkung des Verkaufspreises zu erzielen. Das Wesen des Handels bringt es aber mit sich, daß der Handelsbetrieb die Möglichkeiten, welche die Technik bietet, nicht im gleichen Umfang für die Betriebsrationalisierung ausnützen kann wie der Produktionsbetrieb. Immerhin gibt es eine Anzahl technischer Hilfsmittel, die sich auch für die Rationalisierung des Handelsbetriebes, wie z.B. im Büro, Lager oder in der Spedition, verwenden lassen. Überdies erschöpft sich die Rationalisierung nicht in der Installierung geeigneter Hilfsmittel; man kann auch noch auf andere Weise Kosteneinsparungen im Betrieb erzielen, nämlich durch zweckmäßige organisatorische Vorkehrungen.

Die Konkurrenzfähigkeit des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels hängt aber nicht allein von solchen innerbetrieblichen Maßnahmen ab, und zwar deshalb nicht, da die Höhe vieler Kosten durch Faktoren bedingt ist, die außerhalb des Großhandelsbetriebes liegen. Dies soll jedoch nicht bedeuten, daß der Sortiments-Großhändler auf diese Kosten keinen Einfluß auszuüben vermöchte. Im Gegenteil, es gibt für ihn eine ganze Reihe von Möglichkeiten, eine Senkung dieser "außerbetrieblich bestimmten" Kosten herbeizuführen. Ein typischer Versuch, Kosten, deren Höhe außerhalb des Großhandelsbetriebes bestimmt wird, zu beeinflussen, stellt die finanzielle Beteiligung der Großhandelsunternehmen an Lieferanten oder Abnehmerfirmen dar, und zwar eine solche Beteiligung, daß diese von ihnen abhängig werden. So befinden sich die Massenfiliälenunternehmen

1) Vgl. Herrmann, Walther: "Die Rationalisierung im Lebensmittelhandel" in: Die Bedeutung der Rationalisierung für das deutsche Wirtschaftsleben, S. 363.

des Kaiser's-Kaffeegeschäftes in den Händen einiger Hamburger Kaffee- und Teeimporteure.

Eine ähnliche Maßnahme gegen die Ausschaltung ist die Angliederung einer Versand- und Abteilung an den Großhandelsbetrieb¹⁾.

Diese Maßnahme erlangt volle Bedeutung, wenn man sich vergegenwärtigt, daß vor dem Kriege aus dem schleswig-holsteinischen Gebiet ca. 10.000 to Butter jährlich auf diesem Wege zu den Endverbrauchern gelangten. Das gleiche gilt für Wurstwaren, Kaffee, Tee, Wein und Tabakwaren. Zwar konnten nach der Währungsreform noch keine ähnlich hohen Umsätze erzielt werden, jedoch bestehen bereits jetzt wieder über 400 Versandabteilungen für Nahrungs- und Genußmittel, wovon allein 260 bis 270 Betriebe auf das Gebiet von Hamburg und Bremen entfallen. Die Vorteile dieser Maßnahme beruhen zwar auf Ersparnissen an Personal- und Raumkosten, jedoch fallen demgegenüber die Versand- und Werbekosten erhöht ins Gewicht.

Eine weitere Maßnahme gegen die Ausschaltung, die von den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlern einzeln durchgeführt werden kann, ist die Schaffung eigener Handelsmarken mit entsprechender Werbung. Für die Einführung von Großhandelsmarken spricht der unverkennbare Zug des kaufenden Publikums zu den mit Marken versehenen Artikeln, und dafür sprechen ebenfalls die guten Erfahrungen der Einkaufsgenossenschaften mit ihren Eigenmarken in bezug auf die Förderung des Absatzes. Einen wesentlichen Vorteil, den er in den Augen der Kleinhändler gegenüber den Einkaufsgenossenschaften hat - das Fehlen jeglichen Zwangs beim Einkauf - würde dabei der Sortiments-Großhändler jedoch einbüßen müssen.

Um den Preis weitgehender Bindung der Einzelhandelsgeschäfte ist es allerdings möglich, auch eine sehr groß aufgezoogene Werbung lohnend zu gestalten, wenn man nämlich

1) Ettmeier, Karl: "Der Kolonialwaren-Großhandel im Binnenland", Nürnberg 1933, S. 108.

zum System der sogenannten *voluntary chain stores*, der "freiwilligen Kettenläden" übergeht. Dieses System ist in der Zeit nach dem ersten Weltkrieg in den Vereinigten Staaten von Amerika ausgebildet worden und hat bis heute auch die weitaus größte Verbreitung gefunden. Ein typisches Beispiel für eine deutsche Großhandelskette gibt die Bernhard Müller KG in Augsburg, die, nachdem sie längere Zeit als Filialunternehmen bestanden hatte, durch den Inhaber in ein Kettenunternehmen umgewandelt wurde. Entscheidend für diesen Entschluß dürften die Diskriminierungen der Filialunternehmungen durch das Einzelhandelsschutzgesetz und die mittelstandspolitischen Agitationen ab 1932 gewesen sein¹⁾.

Der Unternehmer machte seine Filialleiter selbständig, verwandelte seinen bisherigen Filialbetrieb in eine Großhandlung und schloß mit den neuen Inhabern der bisherigen Filialbetriebe Gegenseitigkeitsverträge. Er lieferte alle Waren auf Kredit und stellte das Personal. Die neu eingesetzten Inhaber der bisherigen Filialen mußten sich allerdings zum ausschließlichen Bezug der Ware bei der Bernhard Müller KG, Augsburg, verpflichten. Als Gegenleistung verpflichtete sich der Großhändler in einem bestimmten Umkreis, keine anderen Nahrungsmittel-Einzelhändler zu beliefern. Die vom Großhändler ausgeübte Kontrolle und Beeinflussung der Geschäftsgebarung der Einzelläden geht sogar so weit, daß er beispielsweise bestimmt, welche Waren an welchen Tagen und in welchen Schaufenstern auszustellen sind. Den hieraus organisatorisch bedingten kostenmäßigen Nachteilen stehen die mit der Betriebskonzentration verbundenen Vorteile einer geballten Einkaufs-, Absatz- und Reklamekraft gegenüber. Unter solchen Umständen erscheint es uns ziemlich gewagt, von den Mitgliedern dieser Gebilde als von selbstständigen Einzelhändlern zu sprechen. Es handelt sich u. E. hier vielmehr um eine derart enge Bindung der

1) Vgl. Tiburtius, Joachim: "Lage und Leistungen des deutschen Handels in ihrer Bedeutung für die Gegenwart", Berlin 1949, S. 55 ff.

Einzelhändler an einen einzigen Großhändler, daß eine Lösung des Verhältnisses - wenn überhaupt - nur unter den allergrößten Schwierigkeiten möglich ist. Da zwischen den Massenfilialunternehmungen und diesen voluntary chains wohl ein rechtlicher, kaum aber ein faktischer Unterschied besteht, müßte eine allgemeine Einführung dieses Systems letzten Endes dazu führen, daß der gesamte Nahrungsmittel-Einzelhandel des Bundesgebietes in den Händen einiger weniger Grossisten sich befinden würde. Im Interesse der Erhaltung einer möglichst großen Schicht wirklich selbständiger Nahrungsmittel-Einzelhändler ist es aber keineswegs begrüßenswert, wenn eine weitere Verbreitung dieser voluntary chains im Bundesgebiet erfolgen würde. Da die Einzelhändler de facto nichts anderes mehr sind als Leiter von Filialen dieser Organisation, lehnen wir das System der freiwilligen Ketten als Abwehrmittel des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels gegen die Ausschaltung entschieden ab.

2. Abwehrmaßnahmen auf verbandsmäßiger Grundlage

Auf Grund einer Untersuchung über die Strukturwandlungen des Großhandels im Bereich Los Angeles¹⁾, die von den Meinungsforschern und Statistikern Ralph Cassady jr. und Wylie Janes durchgeführt und im Jahre 1949 veröffentlicht wurde, sahen sich auch die deutschen Sortiments-Großhändler veranlaßt, gemeinsam gegen die Ausschaltungsbestrebungen der Konkurrenzformen vorzugehen. Die bemerkenswerten Feststellungen dieser Untersuchung zeigten, daß die Umsatzanteile des Sortiments-Großhandels an den Gesamthandelumsätzen der Branche sich in den Jahren 1926 und 1946 wie 5,5 : 1 verhielten.

Im Jahre 1926 war der Sortiments-Großhandel noch mit 85 % am Gesamtumsatz beteiligt; im Jahre 1946 dagegen nur noch mit 15,9 %.

1) Diesen Raum hatten sich die Wissenschaftler ausgewählt, da er die Durchschnittsverhältnisse in den USA am besten widerzuspiegeln schien.

Die in den Vereinigten Staaten gewonnenen Ergebnisse veranlaßten die deutschen Sortiments-Großhändler, ebenfalls eine eingehende Untersuchung einzuleiten, um festzustellen, ob auch hier eine der Entwicklung in den Vereinigten Staaten entsprechende prozentual Umsatzbewegung anzutreffen ist. Die Untersuchungsergebnisse offenbarten, daß die Position des deutschen Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels keineswegs so fest war, wie die nach der Währungsreform einsetzende allgemeine Wiederaufbaukonjunktur erwarten ließ. Um den im amerikanischen Bericht aufgezeigten Gefahren begegnen zu können, entschlossen sich die Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler zur Gründung der sogenannten **A l l s i c h t - O r g a n i s a t i o n** (ASO).

Durch diese Organisation sollte versucht werden, die Position des selbständigen Lebensmittel-Einzelhändlers so zu stärken, daß er sich nicht nur behaupten, sondern auch verlorengegangenen Boden möglichst zurückgewinnen kann. Innerhalb eines Zeitraumes von knapp zwei Jahren gelang es, in der ASO 24 der bedeutendsten Nahrungsmittel-Großhandlungen des Bundesgebietes zusammenzuschließen, die zusammen 20.000 von den rd. 130.000 Einzelhandelsgeschäften Westdeutschland beliefern.

Die ASO sieht in dem Kunden des Einzelhandels - in der Hauptsache also der Hausfrau - einen erfahrenen, kritischen und modern denkenden Geschäftspartner, auf dessen Bedürfnis sich sowohl der Einzel- als auch der Großhandel weitgehend einzustellen hat. Die ASO hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, dem Einzelhändler zu helfen, den Warenverkauf modern, hygienisch und rationell zu gestalten.

Die Ziele der ASO hat Holling¹⁾ in seiner Broschüre "Genossenschaften contra Groß- und Einzelhandel contra Genossenschaften" wie folgt formuliert:

1. Das Realeinkommen der Konsumenten durch echte Rationalisierung im Groß- und Einzelhandel zu erhöhen,

1) Mitglied der Geschäftsführung des VDM (Verband des deutschen Mehl-Großhandels/Bonn).

2. dem Einzelhandel eine Methode zu vermitteln, die auf der Grundlage gegenseitigen Vertrauens beruht und ihn in den Stand setzt, sich erfolgreich im Wettbewerb zu behaupten.

Zur Erreichung dieser Ziele setzt die ASO verschiedene Mittel ein, die vor allem in einem umfassenden Sortiment vorgepackter Artikel, einem spezialisierten Ladeneinrichtungsdienst und in einem umfassenden Werbe- und Kundenberatungsdienst zu sehen sind. Sie stützt sich dabei auf eine Reihe von Patenten, Gebrauchs- und Geschmacksmustern, die von der Gründerin der ASO, der Adolf Spinner KG in Offenburg, entwickelt wurden.

Bei diesen Patenten, Gebrauchs- und Geschmacksmustern handelt es sich

- a) um eine für fast alle Artikel verwendbare Maßeinteilung auf ASO-Packungen,
- b) um Anbaugeräte für Nahrungsmittel- und Gemischtwarengeschäfte, die sowohl für Verkäuferbedienung als auch für Teilselbst- und Selbstbedienung geeignet sind und
- c) um die sogenannte ASO-Bank, ein Kombinationsgerät, das dem Sichtverkauf von verschiedenen Artikeln, insbesondere von Frischwaren dient.

Die auf den erwähnten Patenten, Gebrauchs- und Geschmacksmustern beruhende Warenverpackung und Ladenorganisation gibt den Allsichtläden ein charakteristisches Gepräge und läßt sie mit äußerlich sofort erkennbaren, eindrucksvollen Rationalisierungserfolgen hervortreten. Die ASO gibt sich jedoch mit den bereits erzielten Erfolgen keineswegs zufrieden. Durch regelmäßige monatliche Zusammenkünfte auf einer sogenannten ASO-Börse wird vielmehr versucht, sowohl die technischen als auch die organisatorischen Hilfsmittel ständig zu vermehren und zu verbessern und auf ihre praktische Wirksamkeit hin zu überprüfen. Darüber hinaus wurde der Kundenberatungs- und Werbedienst durch die Herausgabe einer eigenen, 14tägig erscheinenden Zeitung für die Einzelhandelskunden wesentlich erweitert und intensiviert. Durch die Erkenntnis, daß die genossenschaftlichen Zusammenschlüsse die stärkste

Konkurrenz für den Sortiments-Großhandel sind, schlossen sich im Raume Nord-Baden und Unterfranken bedeutende Nahrungsmittel-Großhandelsfirmen zusammen und gründeten vor ca. zwei Jahren in Heidelberg eine GmbH unter dem Namen "Kolonialwaren-, Werbe- und Vertriebsgesellschaft", um den Ausschaltungsbestrebungen der Genossenschaften entgegenzuwirken. Es handelt sich hierbei um eine Arbeitsgemeinschaft freier Unternehmer (AFU). Das erste Ziel dieser Arbeitsgemeinschaft bestand darin, dem nicht genossenschaftlich organisierten Einzelhandel zu beweisen, daß ihm der Großhandel durch seine Einkaufs- und Verkaufsorganisation die Möglichkeit gibt, gegenüber Filial- und Genossenschaftsbetrieben konkurrenzfähig zu bleiben. In der ersten Veröffentlichung dieser GmbH an den Nahrungsmittel-Einzelhandel heißt es u.a.:

"Der freie Großhandel verlangt von Ihnen keine Bindung, keine Geldeinlage und keine Haftung, also keinerlei Risiko für Sie, bewahren Sie Ihre Selbständigkeit."

Im einzelnen wird die Geschäftstätigkeit der AFU durch folgende Grundsätze bestimmt:

1. Der nichtgenossenschaftlich organisierte Einzelhandel muß seine Selbständigkeit bewahren, ebenso der freie Großhandel.
2. Der Einzelhandel muß durch Belieferung preisgünstiger Waren stark und wettbewerbsfähig gemacht werden.
3. Es darf nur Qualitätsware geliefert werden.
4. Die Werbung des Einzelhandels um seinen Kunden, den Verbraucher, muß zum größten Teil vom Großhandel selbst übernommen werden.
5. Es muß eine umfassende Beratung des Einzelhandels durch den Großhandel auf allen Gebieten gewährleistet werden.

Wegen eines schutzfähigen Namens für die von der GmbH vertriebenen Waren keine Zeit zu verlieren und möglichst bald mit der praktischen Arbeit zu beginnen, wurden die Waren zunächst als "Hallo! - Hallo!-Artikel" auf den Markt gebracht. Die Werbung wurde dafür mit Inseraten und Plakaten vom Großhandel unterstützt.

Innerhalb kurzer Zeit zeitigten die durch Großeinkäufe ermöglichten Kostensenkungen und die gemeinsame Werbung überraschend günstige Absatzbewegungen, so daß sich über 5.000 Einzelhändler entschlossen, der GmbH beizutreten.

Nachdem sich die ersten Erfolge auszuwirken begannen, gab sich die Gesellschaft die Bezeichnung AFU, wie bereits auf Seite 114 ausgeführt wurde. Dieser Name wurde inzwischen als Warenzeichen eingetragen.

Neben dem Vertrieb von HALLO-Waren ging die Gesellschaft nun dazu über, die Hausfrau für die, nur beim AFU-Einzelhändler erhältlichen, sogenannten AFU-Waren zu interessieren.

Neben dem bisherigen verbilligten Bezug von HALLO-Artikeln wurde den Mitgliedern der AFU-Gesellschaft die Möglichkeit gegeben, AFU-Waren in erstklassiger Qualität zu beziehen und Gemeinschaftseinkäufe zu tätigen. Ihre Zugehörigkeit zu der Gesellschaft dokumentierten die Einzelhändler durch Anbringung des eingetragenen Warenzeichens - der sogenannten AFU-Pyramide - an den Schaufenstern.

Im Hinblick auf die Verhältnisse zwischen den einzelnen Großhandelsbetrieben läßt sich die AFU-Gesellschaft, wie ein Mitbegründer der Gesellschaft - Artur Fuld, Heidelberg - erklärte, von dem Standpunkt leiten, daß der normale Wettbewerb unter den AFU-Großhandelsfirmen weitergehen soll und muß. "Alles, was getan wird, geschieht zur Erhaltung des Kunden - unseres Kunden - und damit zur Erhaltung eines gesunden, freien Lebensmittel-Einzelhandels, ohne den der Großhandel ganz einfach nicht bestehen kann." Um die Wünsche der Mitglieder entgegenzunehmen und die von der Geschäftsführung bearbeiteten Offerten zu besprechen, werden von der Gesellschaft regelmäßig Einkaufstage abgehalten.

Für HALLO-Artikel spricht der Grundsatz, die rechte Ware zur rechten Zeit auf den Markt zu bringen, eine besonders bedeutsame Rolle. Die Artikel werden gemeinsam

eingekauft und an die AFU-Geschäfte zu besonders günstigen preislichen Bedingungen abgegeben. Gleichzeitig wird der Einzelhandel kostenlos mit Plakaten beliefert, auf denen die jeweils in Frage kommenden Artikel aufgeführt sind. Die Werbung wird weiterhin in der Weise durchgeführt, daß zu einem rechtzeitig festgelegten Termin in den wichtigsten Tageszeitungen an einer stets gleichbleibenden Stelle Inserate veröffentlicht werden. Gelegentlich wird die Werbung noch durch Handzettel, die dem Einzelhandel kostenlos zur Verfügung gestellt werden, unterstützt.

Im Gegensatz zu den HALLO-Waren ist das Herauskommen neuer AFU-Waren nicht immer an einen bestimmten Termin gebunden. Dafür haben die AFU-Waren aber den Vorteil, daß sie laufend gebraucht werden und zu den Standard-Artikeln im Sortiment des Groß- und Einzelhandels zählen.

Aus der Überlegung heraus, daß einer Expansion der AFU durch die Mentalität der Bevölkerung und dem verschiedenartig gelagerten Warenbedarf zwischen Nord- und Süddeutschland Grenzen gesetzt sind, hat die AFU nicht das Bestreben, sich nach Norddeutschland auszudehnen.

Eine weitere Maßnahme, den Ausschaltungsbestrebungen, insbesondere der Industriebetriebe mit Direktabsatz und den Kauf- und Warenhäusern entgegenzuwirken, ist in der Errichtung von sogenannten **E i n k a u f s k o n t o r e n** zu erblicken¹⁾.

Diese Zusammenschlüsse der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler erfolgten auf Länderbasis. Durch den gemeinschaftlichen Großeinkauf im Großhandelssektor soll die Stellung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlers weiter ausgebaut werden. Die Einkaufskontore

1) Bereits 1925 wurde das erste "Einkaufskontor der Großhandels GmbH" in Essen gegründet, worauf in kurzen Zeitabständen in einer Anzahl weiterer Städte von den Großhändlern solche gemeinsamen Einkaufsstellen geschaffen wurden. Zu ihrer Geschäftstätigkeit gehört ferner der Abschluß sogenannter Empfehlungsverträge. Weiteres darüber bei Probst, Herrmann: "Der Deutsche Nahrungsmittel-Großhandel", S. 115 ff. München 1934.

erzielen durch Großeinkäufe niedrige Einstandspreise, höhere Rabatte und ähnliche Vorteile für die ihnen angeschlossenen Großhandelsbetriebe. Die Geschäftsgrundlage der Kontore ist das sogenannte Abkommengeschäft, bei dem die Kontore für ihre Mitglieder durch Gewährleistung gewisser Gesamtumsatzmengen, durch Delkredereübernahme und dgl. höhere Rabattstaffeln und sonstige Vergünstigungen erreichen.

In der Bundesrepublik und in Westberlin bestehen gegenwärtig folgende Einkaufskontore:

1. Nordrhein-Westfalen
Einkaufskontor der Großhandels GmbH.
2. Niedersachsen
Einkaufskontor der Nahrungsmittel-Großhandels GmbH.
3. Hamburg
"GEGRO" Einkaufsgemeinschaft
Hamburger Großhändler GmbH.
4. Bremen
"Hansa" Lebensmittel-Großeinkaufsgesellschaft mbH.
5. Schleswig-Holstein
Einkaufskontor des Kolonialwarengroßhandels.
6. Bayern
Coloniale Einkaufszentrale des Bayerischen Lebensmittelgroßhandels eGmbH.
7. Württemberg-Baden
Einkaufskontor württ.-badischer Kolonialwarengroßhändler AG.
8. Hessen
Großhandels-Einkaufsgesellschaft mbH.
9. Hildesheim
GEDELAG, Gemeinschaft Deutscher Lebensmittel-Großhändler AG.
10. Baden-Baden
Einkaufskontor des Großhandels GmbH
11. Berlin
GEDELAG, Gemeinschaft Deutscher Lebensmittel-Großhändler AG.

Seit geraumer Zeit sind Bestrebungen im Gange, die regionalen Einkaufskontore in einem Zentralen Bundeseinkaufskontor zusammenzufassen. Dieser bei allen

regionalen Einkaufskontoren vorhandene Wille führte im März 1952 zur Bildung der Arbeitsgemeinschaft der Deutschen Einkaufskontore des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels. Von der eigengeschäftlichen Tätigkeit eines Zentraleinkaufskontors verspricht man sich insbesondere auf dem Gebiet des Imports große Vorteile. Inwieweit diese Hoffnungen gerechtfertigt sind und es möglich sein wird, die angestrebten Ziele tatsächlich zu erreichen, kann im Augenblick noch nicht übersehen werden. Immerhin besteht Grund zu der Annahme, daß durch den Aufbau eines Bundeseinkaufskontors die Marktstellung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels beträchtlich gefestigt wird.

Darüber hinaus wurde im Jahre 1953 im Rhein-Main- und Moselgebiet durch das für dieses Gebiet zuständige Einkaufskontor unter dem Namen GENA (Großhandel, Einzelhandel, Nahrungsmittel) eine eigene Werbeorganisation des Großhandels aufgebaut.

Unter der Bezeichnung GENA, die die enge Verbundenheit zwischen Groß- und Einzelhandel betonen soll, wird eine größere Anzahl Artikel in hervorragender Qualität zu günstigen Preisen auf den Verbrauchermarkt gebracht.

Bei den Erfahrungen, die das seit 25 Jahren bestehende Frankfurter Einkaufskontor des Nahrungsmittel-Großhandels gesammelt hat und bei den Verbindungen, die dieses Kontor zu Lieferanten des In- und Auslandes besitzt, darf angenommen werden, daß auch die GENA dazu beitragen wird, durch eine Verbesserung des Verhältnisses zwischen freiem Großhandel und freiem Einzelhandel die Konkurrenzposition beider Handelsformen günstig zu beeinflussen.

Da die Bedarfsweckung des Kunden heute mehr denn je eine wesentliche Bedeutung hat, ist vor kurzem eine Organisation ins Leben gerufen worden, mit deren Hilfe der Kampf gegen die Ausschaltung Erfolg versprechend geführt werden soll. Der Unterschied zu den bisher behandelten Maßnahmen besteht in erster Linie darin, daß hinter der neuen

Aktion nicht ein einzelner oder eine kleine Gruppe von Grossisten steht, sondern nahezu sämtliche Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler der Bundesrepublik daran beteiligt sind. Dadurch fällt die derartigen Maßnahmen stets innewohnende Gefahr, daß der Einzelhändler in ein Abhängigkeitsverhältnis zu einem bestimmten Lieferanten gelangt, von vornherein weg.

Unter dem Begriff "ELGRO" ist eine Werbegemeinschaft entstanden, die sich eine gemeinsame Werbung zum Ziel gesetzt hat und den größten Zusammenschluß im Nahrungsmittel-Großhandel darstellt.

Der ELGRO-Werbegemeinschaft liegt der Gedanke zugrunde, die Einzelhändler durch gemeinsame Werbung beim Verbraucher zu unterstützen und letztere durch Gemeinschaftswerbeaktionen zu veranlassen, ihren Nahrungsmittelbedarf durch Einkauf in den mit dem ELGRO-Zeichen versehenen Geschäften zu befriedigen. Ziel der ELGRO-Werbegemeinschaft ist es, durch einen räumlich und zahlenmäßig möglichst umfassenden Zusammenschluß von Großhandelsbetrieben eine Werbeorganisation aufzubauen, mit deren Hilfe trotz geringer Werbekosten für den einzelnen Betrieb eine große Werbewirkung beim Konsumenten erreicht werden kann. Ferner strebt die Gemeinschaft eine sich auf die verschiedensten Gebiete erstreckende enge Zusammenarbeit der angeschlossenen Großhandelsbetriebe auf Betriebsebene und eine umfassende Förderung der mit dem ELGRO-Zeichen ausgestatteten Einzelhandelsgeschäfte an. Hierbei ist nicht beabsichtigt, die Selbständigkeit und Entschlußfreiheit der angeschlossenen Groß- und Einzelhandelsbetriebe in irgendeiner Form zu beschränken; ihren allgemeinen Wirtschaftsgrundsätzen entsprechend ist die ELGRO vielmehr bestrebt, Selbständigkeit und Entschlußfreiheit der Einzelbetriebe in jeder Hinsicht zu fördern. In Übereinstimmung mit den Zielen des Hauptverbandes des Deutschen Lebensmittel-Einzelhandels erblickt die ELGRO in der Sicherung und in der Erhaltung

des nicht genossenschaftlich organisierten Einzelhandels eine volkswirtschaftlich und sozial wichtige Aufgabe. Sie lehnt daher sowohl ein offenes als auch verstecktes Filialsystem ab.

Durch laufende und gründliche Erforschung des Beschaffungsmarktes und eine möglichst weitgehende Erschließung des Absatzmarktes ist die ELGRO bestrebt, die Leistungsfähigkeit der ihr angeschlossenen Betriebe zu erhöhen und dadurch ihre Konkurrenzstellung zu verbessern. Als Werbezeichen und als Symbol wurden zwei ineinandergreifende Ringe mit der Inschrift "ELGRO" Lebensmittel-Großhandel- und Einzelhandel gewählt. Dieses Zeichen wird in Form von ovalen Glasschildern den "ELGRO"-Einzelhändlern zum Aushang im Schaufenster kostenlos zur Verfügung gestellt. Damit wurde die Voraussetzung für eine unmittelbare Verbraucheransprache geschaffen. Die Bevölkerung wurde durch Presse und andere Nachrichtenmittel auf diese Kennzeichnung von Einzelhandelsgeschäften hingewiesen. Mit dem Zeichen "ELGRO" werden in den Tageszeitungen laufend Warenangebote veröffentlicht, welche die Verbraucher in den mit dem ELGRO-Schild gekennzeichneten Geschäften beziehen können.

Da die ELGRO-Werbegemeinschaft schon innerhalb kurzer Zeit eine sehr erfolgreiche Geschäftstätigkeit entwickelt hatte, schlossen sich ihr relativ schnell andere Großhändler im Bundesgebiet, vorwiegend in Norddeutschland, an. Unter Beachtung bezirklicher Besonderheiten und Verbrauchsgewohnheiten und aufbauend auf den Erfahrungen der Zentrale in Osnabrück wurden durch Initiative einiger Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändler örtliche oder bezirkliche "Stützpunkte" aufgebaut, denen man in der Regel erst später eine gemeinsame organisatorische Form gab. Es wurde auf diese Weise in den einzelnen Bezirken ein "ELGRO-Kern" gebildet, mit dessen Hilfe es möglich war, zunächst in einem engeren Kollegenkreis die für die Verbreitung der ELGRO-Idee erforderlichen Vorarbeiten zu erledigen.

Die der ELGRO angeschlossenen Großhändler treffen sich in periodischen Abständen auf bezirklicher und zentraler Ebene, um durch gegenseitigen Erfahrungsaustausch und durch gemeinsame Festlegung der zukünftigen Werbemaßnahmen eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit zu garantieren.

Für den Einkauf bedient sich die ELGRO der bereits bestehenden Einkaufskontore des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels.

Bei den von der ELGRO-Werbegemeinschaft herausgegebenen Warenangeboten wird darauf geachtet, daß auch preisgünstige Waren in qualitativ einwandfreier Form an den Verbraucher geliefert werden. Der Zwang zur Qualität ergibt sich nicht zuletzt daraus, daß zahlreiche Artikel des ELGRO-Sortiments mit dem ELGRO-Zeichen ausgestattet sind. Nur wenn der Verbraucher durch Erfahrung feststellt, daß die mit diesem Zeichen ausgestatteten Waren sich durch einwandfreie Qualität auszeichnen, ist eine Gewähr dafür gegeben, daß die von der Werbegemeinschaft aufgestellten Ziele erreicht werden. Auch bei preisgünstigen Waren wird darauf geachtet, daß dem Groß- und Einzelhändler die zur Kostendeckung erforderliche Handelsspanne bleibt. Werden durch Großeinkauf und entsprechenden Absatz die Voraussetzungen für eine umfassende Kostensenkung geschaffen, so muß die Aufnahme preisgünstiger Waren in das Sortiments nicht unbedingt mit einem Verzicht auf die notwendige Handelsspanne verbunden sein.

Die ELGRO beabsichtigt nicht, in die Sphäre des echten Markenartikels einzudringen. Sie sieht in ihm einen kalkulatorischen Ausgleich für den Vertrieb der sozialkalkulierten Artikel und nimmt somit gegenüber den in der Preisbindung der zweiten und dritten Hand zum Ausdruck kommenden Bestrebungen der Industrie zur Erhaltung eines festen Preisniveaus eine durchaus positive Stellung ein.

Die der ELGRO-Werbegemeinschaft angeschlossenen Großhändler sehen in dem Vertrieb des vollen Nahrungsmittel-Sortiments, einschließlich der sozialkalkulierten Artikel, und in der Belieferung auch der entlegenen Einzelhandelsgeschäfte eine ihrer wichtigsten Funktionen. Sie erfüllen damit auch in dieser Hinsicht die von den Großhandelsverbänden aufgestellte Forderung nach Erhaltung aller volkswirtschaftlichen Funktionen des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels.

Außer den bisher besprochenen gibt es noch eine ganze Reihe weiterer Maßnahmen, die, von den Grossisten auf verbandsmäßiger Grundlage durchgeführt, geeignet wären, ihrer Ausschaltung entgegenzuwirken. Von all' diesen möglichen Aktionen wollen wir nur noch zwei, deren Durchführung nach unserem Dafürhalten für den Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel wenigstens erwägenswert wären, noch kurz besprechen. Die eine dieser Maßnahmen besteht darin, daß in den Gegenden, wo zahlreiche Nahrungsmittel-Großhändler tätig sind, diese zum Zwecke der Einsparung von Transportkosten und Belieferung der Einzelhändler in kürzeren und insbesondere auch regelmäßigeren Intervallen miteinander ein Abkommen abschließen würden. In diesem wäre, um die Belieferung der Einzelhändler nach einem b e s t i m m t e n F a h r p l a n zu ermöglichen, das Einzugsgebiet der Vertragsschließenden in verschiedene Distrikte aufzuteilen. Für die Befahrung dieser Bezirke wären dann verschiedene Touren aufzustellen, wobei die einzelnen Touren unter die sich beteiligten Großhandelsunternehmungen aufgeteilt würden. Derjenige Grossist, dem eine solche Tour zugeteilt wäre, müßte dann die von den übrigen Großhändlern für diesen Bezirk bestimmten Waren auf seinem Lieferwagen mitführen. So könnten sich die Grossisten einen Vorteil der Einkaufsgenossenschaften - die regelmäßige Belieferung der Abnehmer in kurzen Zeitabständen - zunutze machen und dadurch verhindern, daß die gleiche Strecke am gleichen Tag von den Lieferwagen mehrerer Großhandelsunternehmungen befahren würde, wie es augenblicklich häufig vorkommt. Hindernd steht

einer derartigen Abmachung allerdings im Wege, daß eine sehr große Zahl von Abnehmern des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhändlers, wenn nicht sogar der überwiegende Teil derselben, Kunde mehrerer Großhändler ist. Aus begreiflichen Gründen sieht es nun der einzelne Grossist nicht gern, wenn sein Konkurrent über Art und Menge seiner Lieferungen an die verschiedenen Einzelhändler informiert ist, ebensowenig wie es der Kleinhändler schätzt, wenn sein Sortiments-Großhändler über seine Bezüge bei dem anderen Bescheid weiß. Beides sind aber mehr gefühlsmäßige Widerstände, und man kann jedenfalls nicht im Ernst als Begründung für die Ablehnung solcher Transportvereinbarungen geltend machen, daß diese eine Verletzung von Geschäftsgeheimnissen zur Folge hätten.

Die zweite dieser möglichen Abwehrmaßnahmen besteht darin, die eingangs besprochene innerbetriebliche Rationalisierung durch eine zwischenbetriebliche Maßnahme zu ergänzen, nämlich durch die Einführung des gruppenweisen Erfahrungsaustausches und Betriebsvergleiches. Damit die Zusammenarbeit innerhalb dieser Erfahrungsaustausch-Gruppen nicht durch die Konkurrentenstellung der Mitwirkenden in Frage gestellt wäre, müßte jede der einer solchen Gruppe angehörenden Unternehmung ein anderes Einzelgebiet haben. Für den Betriebsvergleich innerhalb derartiger Gruppen bieten sich die verschiedensten Möglichkeiten, auf die wir jedoch hier nicht näher eingehen können.

D. S c h l u ß w o r t

Die Bedeutung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels in volkswirtschaftlicher Hinsicht in der heutigen Wirtschaftsverfassung

Wenn in der vorliegenden Arbeit versucht wurde, die Marktstellung des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels in der Bundesrepublik zu analysieren, so wollen wir nunmehr zusammenfassend feststellen, ob dieser Handelszweig den volkswirtschaftlichen Anforderungen gewachsen ist. Hierbei können die Handelsfunktionen unabhängig vom Ordnungstyp einer Wirtschaft und die seit Jahren diskutierte Frage "Freier Handel oder nicht" nur von der volkswirtschaftlichen Zweckmäßigkeit her beantwortet werden. Erkennt man die Spielregeln des freien Wettbewerbs als einen Regulator für den ökonomisch zweckmäßigsten Einsatz aller Mittel an, so muß man auch den unter ökonomischen Bedingungen entstandenen Wirtschaftsaufbau befürworten. Wenn sich darüber hinaus ein selbständiger Handel, im besonderen der hier zugrunde gelegte Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel, in der freien Marktwirtschaft entwickeln und behaupten konnte und die Kunden die Dienste dieser selbständigen Handelsbetriebe freiwillig in einem größeren Maße in Anspruch nahmen, als diejenigen anderer auf dem gleichen Gebiete tätiger Betriebe, so läßt dies erkennen, daß der Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel ebenso gut, wenn nicht besser als andere in der Lage ist, die für die Bedürfnisbefriedigung erforderlichen Manipulationen durchzuführen, und er zeigt damit seine bedeutende Marktstellung in der heutigen Wirtschaftsverfassung.

Soll dennoch versucht werden, die Frage zu beantworten, in welcher Richtung sich die Konjunktorentwicklung oder Strukturwandlung der Bundesrepublik bewegt hätte ohne die wirksame Tätigkeit des Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandels, so könnte dies nur auf hypothetischer Grundlage erfolgen. Das Mittel des vergleichenden Experiments bleibt der Wirtschaftspolitik meist versagt.

Fragebogen 1)

Frage	Antwort 2) 1948, 1950, 1952	Anmerkungen
1. a) Umsatz b) Betriebskapital c) Beschäftigtenzahl	I, II, III, IV, V. I, II, III, IV, V. I, II, III, IV, V, VI.	
2. Wie erfolgte Ihr Einkauf?	pers. Einkaufsfreise, Einkaufsfreisende, Lieferantenvertreter, nach Preisliste.	
3. Erhöhte oder senkte sich Ihr Einkauf?	gleichbleibend, Erhöhung (ca. ... %), Senkung (ca. ... %).	
4. Wie zahlten Sie die Lieferantenrechnungen?	bar, Wechsel, Scheck, Skontoausnutzung, 4 Wochen Ziel.	
5. Vergrößerte oder verkleinerte sich Ihre Lagerhaltung?	gleichbleibend, Vergrößerung (ca. ... %), Verkleinerung (ca. ... %).	
6. Wie veränderte sich Ihr Warensortiment?	Abgang von Waren, Zugang von Waren.	
7. Welche Waren haben Sie neu in Ihr Warensortiment aufgenommen? (bitte möglichst genau beantworten, einzelne Artikel angeben und keine Warengruppen).		
8. Stieg oder senkte sich Ihr Umsatz?	gleichbleibend, Steigerung (ca. ... %), Senkung (ca. ... %).	
9. Absatzmethode (wie verkehren Sie mit Ihren Kunden?)	pers. Besuch beim Kunden, Vertreter, Prospekte, Versand von Warenproben.	
10. Wie zahlten Ihre Kunden?	bar, Scheck, Wechsel, Skontoausnutzung, 4 Wochen Ziel.	
11. Stieg oder senkte sich die Beschäftigtenzahl?	gleichbleibend, Steigerung Personen, Senkung Personen.	
12. Welche Verkehrsmittel benutzen Sie zur Belieferung Ihrer Kunden?	eigene Kraftfahrzeuge, fremde Kraftfahrzeuge, Eisenbahn, Post.	
13. Anzahl und Größe der eigenen Kraftfahrzeuge	PKW LKW to	
14. Gründe für die Veränderung der Beschäftigtenzahl (stichwortartig)		

Welche besonderen Erfahrungen und Beobachtungen haben Sie in den drei am Kopf des Bogens angegebenen
Zeitebnchnitten gemacht? (bitte diese Frage auf dem freien Platz des Fragebogens beantworten).

1) Bitte beachten Sie die Anlage zum Fragebogen!

2) Bitte Zutreffendes unterstreichen!

Anlage zum Fragebogen

Größenklasse	Jahresumsatz in RM bzw. DM
I	bis 100.000,--
II	" 250.000,--
III	" 1'000.000,--
IV	" 5'000.000,--
V	über 5'000.000,--

Größenklasse	Betriebskapital in RM bzw. DM
I	bis 10.000,--
II	" 25.000,--
III	" 100.000,--
IV	" 500.000,--
V	über 500.000,--

Größenklasse	Zahl der beschäftigten Personen
I	bis 5
II	" 10
III	" 25
IV	" 50
V	" 100
VI	über 100

Die wichtigsten Nahrungsmittel mit ihrem Eiweiß-,
Fett-, Kohlehydrat- und Kaloriengehalt
jeweils in 100 Gramm

(Die Werte entstammen einer Aufstellung des "Instituts für gerichtsmmedizinische Nahrungsmittel-Forschung" in Berlin)

	Eiweiß	Fett	Kohle- hydrate	Kalorien
F l e i s c h				
Rindfleisch, roh, mittelfett	20	8	-	156
Rindfleisch, roh, mager	21	4	-	124
Rindfleisch, gekocht	36	2,8	-	176
Rindfleisch, gebraten	32,1	5	-	178
Kalbfeisch, roh	22	3	-	118
Kalbfeisch, gekocht	26,4	1,1	-	118
Kalbfeisch, gebraten	24,4	3,1	-	149
Schweinefleisch, roh, mittelfett	18	21	-	269
Schweinefleisch, gekocht	28,5	10,5	-	215
Schweinefleisch, gebraten	24	24	-	318
Schweinefleisch, gepöckelt	21	8,5	-	165
Schinken, roh	23,5	24	-	320
Schinken, gekocht	23,5	3	-	410
Lachsschinken, ohne Fett	23	3	-	122
Speck, durchwachsen	14	51	-	530
Cornedbeef (Fett)	25	19	-	279
Hammel, roh, mittelfett	19	7	-	141
Hammel, gekocht	30,9	4,5	-	168
Hammel, gebraten	26,1	3,9	-	142
Hase, gebraten	47,5	1,4	-	209
Reh, gebraten	28,2	2,8	2	150
Zunge v. Rind, geräuchert	24	32	-	396
Leber	17,5	3,5	3	115
Niere	18	5	-	120
Bries	27	0,5	-	115
Hirn	9	9	-	120
Dauer-Hartwurst	25	44	-	520
Kochwurst	20	27	-	530
Wiener Würstchen	14	14	-	188
Frankfurter	12	35	-	374
Leberwurst	15,5	33	2,5	385
Blutwurst	9,5	10	19,5	210
G e f l ü g e l				
Huhn, gekocht	30,7	4,5	-	168
Huhn, gebraten	32,1	4,4	2,1	181
Gans, gebraten	22,8	66,4	-	711
Taube	22,1	1	-	103
F i s c h e (rund 30 % Abfall)				
Forelle, ungekocht	18,4	2,4	-	98
Karpfen	17	9	-	154
Aal	12	28	-	309
Hecht, Schleie, Zander	17,7	0,7	-	79
Scholle, Flunder, Schellfisch	22	0,3	-	93
Hering	16	8	-	140
Hering, mariniert	19	15	-	218
Bückling	20	10	-	175
Aal, geräuchert	18	25	-	305
Fische, gebraten (durchschnittlich)	20	5	-	130

	Eiweiß	Fett	Kohlenhydrate	Kalorien
1 Ei	5,5	5,2	0,3	72
1 Eigelb	2,5	5	-	57
1 Eiweiß	3,5	-	0,2	15
Fette				
Butter	0,5	82	0,5	765
Schmalz	-	96	-	910
Margarine	0,5	84	-	780
Öl	-	100	-	930
Milch und Milchprodukte				
Vollmilch	3,1	3,5	4,7	65
Magermilch	3,3	0,7	4,7	40
Sauermilch	3	3,2	4,1	60
Buttermilch	3,4	0,5	4,7	38
Yoghurt (eingedickt)	6,5	6,8	8,6	125
Flöhen	3	15	3,5	165
Rahmkäse (z.B. Gervais)	16	27	-	416
Halbfettkäse (z.B. Edamer)	31	14	-	267
Magerkäse (Harzer, Meiner)	38	2	-	168
Quark	18	0,6	-	94
Mehl und Mehlprodukte				
Weizenmehl	5	-	72	330
Roggenmehl	7,5	-	68	315
Hafermehl, Flocken	12,5	0	65	375
Grieß, Graupen	8,5	-	70	325
Reis	6,5	0,5	76	343
Sago, Tapioka	0,5	-	82	340
Nudeln, Makaroni	12	0,7	73	365
Weißbrot, Brötchen	6,8	0,5	57	266
Roggenbrot	6	0,8	54	253
Grahambrot	8,9	1	46	234
Vollkornbrot (Roggen)	7,8	1,1	46	231
Kornbrot	6,5	1	51	245
Knäckebrot (Scheibe 12 g)	9	1,5	69	320
Zwieback	7,5	2	73	350
Biskuits, Kekse	7,5	7,5	72	395
Zucker etc.				
Zucker	-	-	99,9	399
Malzextrakt	3,8	-	75	315
Honig	0,3	-	80	300
Kakaopulver (entölt)	26	13	41	395
Schokolade (55 % Zucker)	7	22	65	560
Kartoffeln				
Kartoffeln, gekocht	2,7	-	7	135
Kartoffeln, geröstet	2,6	0,3	2,1	215
Kartoffelsalat	1,6	3,2	11,6	164
Kartoffelgemüse	1,6	3,5	15,2	118

	Eiweiß	Fett	Kohlenhydrate	Kalorien
Hülsenfrüchte				
Erbsen	23	2	52	326
Linzen	26	2	53	343
Bohnen	24	2	56	347
Grüne Erbsen	7	-	12	78
Gemüse (10 bis 20 % Abfall)				
Blumenkohl	2,5	-	4	27
Bohnen, grün	3	-	6	37
Gurken	0,6	-	1	7
Grünkohl	5	-	10	70
Kohl (weiß, rot)	1,5	-	6	22
Kohlrabi	2,5	-	6	36
Getränke				
Lagerbier	-	-	2,6	36
Exportbier	0,6	-	5	60
Malzbier	0,9	3,7	9,8	74
Weißwein (Mosel u.ä.)	0,7	-	0,3	63
Rheinwein	-	-	1	68
Südwein	-	-	5 - 15	100 - 150
Branntwein	-	-	-	266 - 360
Likör (Benediktiner)	-	-	33,4	440
Apfelwein	-	-	0,5	52
Schaumwein	-	-	12,1	129
Zitronensaft	0,3	-	2,7	40
Apfel- und Traubensaft	-	-	20	84
Himbeersaft (gesüßt)	0,1	-	65	270

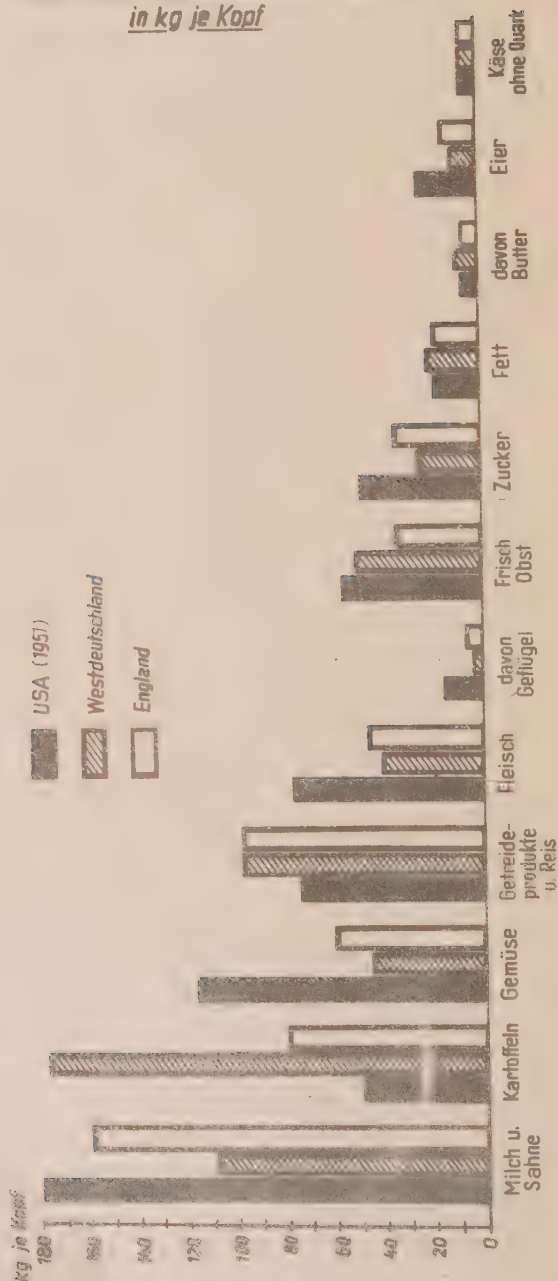
Bundesgebiet
Umsatz und Beschäftigte der Ernährungsindustrie
in % der Gesamtzahl



■ Höhe des Umsatzes

▨ Anzahl der Beschäftigten

Nahrungsmittelverbrauch 1952 in kg je Kopf



Einführen der Ernährungswirtschaft¹⁾

Tabelle I

Einführen der Ernährungswirtschaft

1928 bis 1936 Reichsgebiet, 1950 bis 1954 Bundesgebiet

wertmäßig in Mill.RM bzw. Mill. DM

Jahr	Einfuhr	Anteil an der Gesamteinfuhr in %
1928	5.721,9 Mill. RM	40,9
1932	2.132,7 Mill. RM	-
1936	1.499,4 Mill. RM	35,5
1950	5.013,5 Mill. DM	44,1
1951	5.876,0 Mill. DM	39,9
1952	6.064,7 Mill. DM	37,4
1953	5.852,0 Mill. DM	36,6
1954	7.151,0 Mill. DM	37,0

Tabelle II

Einführen der Ernährungswirtschaft

der deutschen Bundesrepublik einschließlich West-Berlin

wertmäßig in 1.000 DM

Waren	1950	1951	1952	1953	1954
Weizen	625	1050	783,8	666,7	1047,7
Südfrüchte	371	311	418,1	466,7	554,1
Zucker	339	422	234,0	140,0	12,3
Eier, Eiweiß	331	289	314,6	356,0	432,8
Fleisch	273	151	122,7	189,8	204,5
Ölfrüchte	255	524	351,3	463,7	505,5
Pflanzenöle	234	324	323,2	238,2	239,3
Butter	210	116	41,6	37,4	58,4
Obst ohne Südfrüchte	197	175	237,1	292,7	330,5
Rohtabak	191	219	255,4	287,7	316,8
Kakao, roh	162	201	351,3	463,7	505,5
Schmalz und Talg	155	187	131,4	91,6	122,1
Rindvieh	144	134	137,5	129,8	154,5
Kaffee	132	224	324,9	445,5	728,4
Gerste	76	134	538,8	272,3	247,6
Roggen	60	109	155,7	54,4	44,4

1) Entnommen dem "Statistischen Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland" Jahrgang 1954.

Der Außenhandel nach Warengruppen der Ernährungswirtschaft
Millionen DM

Warengruppen	1951	1952	1953	1954						
	Monatsdurchschnitt				April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.
A. Tatsächliche Werte										
Einfuhr insgesamt	1227,1	1350,2	1334,2	1471,4	1558,5	1515,8	1573,1	1518,5	1714,1	
davon: Lebende Tiere	13,3	12,6	17,1	17,1	19,5	21,3	20,7	23,2	22,4	
Nahrungsm.tier.	87,2	78,4	89,6	94,2	105,3	80,8	84,1	75,3	130,7	
Nahrungsm.pflzl.	344,0	355,8	307,5	342,3	316,9	353,1	340,6	331,7	365,0	
Genußmittel	45,1	58,5	73,5	89,6	87,2	101,8	100,9	94,0	108,9	
Ausfuhr insgesamt	1214,7	1409,1	1543,8	1661,4	1822,7	1706,5	1925,4	1839,3	1841,6	
davon: Lebende Tiere	2,5	1,7	1,5	1,4	1,9	1,0	1,5	0,8	1,0	
Nahrungsm.tier.	13,3	9,5	10,1	13,9	15,5	11,7	12,5	13,9	10,2	
Nahrungsm.pflzl.	16,6	11,4	16,2	20,9	21,5	13,7	17,6	15,5	12,5	
Genußmittel	8,4	9,0	11,8	7,2	9,0	6,7	6,5	6,7	6,3	
B. Volumen¹⁾										
Einfuhr insgesamt	966,3	1117,0	1263,9	1471,1	1539,1	1530,6	1512,1	1477,7	1655,5	
davon: Lebende Tiere	11,9	11,1	17,6	16,7	18,2	19,3	18,7	21,1	20,0	
Nahrungsm.tier.	77,9	75,2	93,3	107,4	120,5	89,9	86,1	76,9	133,8	
Nahrungsm.pflzl.	304,6	318,5	309,6	364,1	330,9	367,0	348,4	349,4	390,5	
Genußmittel	42,2	53,3	68,0	79,2	76,0	83,7	79,9	72,6	83,0	
Ausfuhr insgesamt	997,8	1076,2	1257,3	1386,7	1549,6	1436,6	1629,0	1557,8	1577,3	
davon: Lebende Tiere	2,5	1,4	1,4	1,2	1,6	1,2	1,8	0,9	0,7	
Nahrungsm.tier.	10,5	7,5	7,9	11,0	11,0	8,1	9,2	11,0	8,3	
Nahrungsm.pflzl.	14,0	9,3	13,3	19,7	19,2	13,9	15,9	13,9	9,7	
Genußmittel	9,7	10,3	14,6	10,6	13,9	9,5	8,3	7,6	7,4	

1) Mengen bewertet mit Durchschnittswerten des Jahres 1950.

Quelle: "Wirtschaftskonjunktur", Berichte des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, München, 6. Jahrgang, Heft 4/1954, Seite 53.

Der Außenhandel nach Warenarten
Millionen DM Monatsdurchschnitt

Warenarten	1949 ¹⁾	1950	1951	1952	1953	1954 ²⁾
A. Einfuhr						
Butter	1,2	17,5	9,7	3,5	3,1	0,1
Fleisch und Fleischwaren	13,8	22,8	12,6	10,2	15,8	14,4
Schmalz und Talg	6,5	13,0	15,6	11,0	7,7	8,2
Eier, Eiweiß, Eigelb	3,8	27,7	24,1	26,2	29,7	25,5
Weizen	72,8	52,2	87,6	65,3	55,6	78,5
Maïs	26,0	16,4	26,4	24,7	10,2	9,5
Gemüse und sonstige Küchengewächse	6,1	8,8	9,9	14,8	15,6	36,1
Obst außer Südfrüchten	11,4	16,4	14,6	19,8	24,4	28,3
Südfrüchte	12,8	31,0	25,9	34,8	38,9	36,0
Kakao, roh	3,1	13,5	16,8	17,6	19,3	34,8
Zucker	8,5	28,3	35,2	19,5	11,7	0,5
Ölfrüchte zur Ernährung	19,9	21,3	43,7	29,3	38,6	30,2
Pflanzl. Öle und Fette zur Ernährung	7,6	19,5	27,0	26,9	19,9	13,5
Kaffee	3,9	11,0	18,7	27,1	37,1	62,4
Rohtabak	12,3	15,9	18,3	21,3	24,0	27,8
Wolle und andere Tierhaare ²⁾	29,3	59,3	60,0	41,4	63,0	69,6
Baumwolle ²⁾	41,3	69,6	96,9	85,5	74,2	57,7
Flachs, Hanf, Jute, Hartfasern	11,7	15,0	20,4	18,4	13,8	10,8
Felle und Häute ³⁾	11,9	19,4	19,3	20,3	20,3	20,5
Kautschuk, Guttapercha, Balata	10,7	19,1	35,1	26,1	22,2	20,1
Steinkohlen	6,3	12,1	58,6	68,1	44,0	41,8
Erdöl und Teer, roh	8,4	14,5	29,7	34,4	37,2	39,6
Kupfer, roh	7,0	13,5	26,5	32,8	34,6	88,2
Technische Fette und Öle	16,5	29,5	17,8	14,5	16,7	18,9
Kraftstoffe und Schmieröle	13,6	9,0	7,2	10,2	13,0	16,4
Gewebe und Gewirke aus Wolle	3,4	15,7	15,0	10,7	16,3	20,0

1) ohne franz. Zone. 2) roh und bearbeitet. 3) nicht zu Palzwerk. ⁴⁾ Monat Juli 1954.

Warenarten	1949 ¹⁾	1950	1951	1952	1953	1954 ⁺
<u>B. Ausfuhr</u>						
Hopfen	2,8	4,7	4,6	4,5	4,9	0,5
Zellwolle, synthetische Fasern	0,1	3,6	9,9	4,5	6,4	5,5
Steinkohlen	55,3	66,6	70,2	75,0	86,1	105,4
Zement	3,7	5,4	8,3	10,6	10,7	7,1
Alteisen (Schrott)	19,1	20,5	10,3	9,5	7,2	11,2
Koks	42,1	39,5	58,5	71,6	63,0	63,3
Stickstoffdüngemittel	0,1	8,5	12,5	14,1	16,2	23,2
Gewebe und Gewirke aus Baumwolle	18,9	13,0	30,0	30,7	25,0	24,3
Teerfarbstoffe	4,7	14,2	24,3	11,9	17,2	21,4
Stab- und Formeisen	5,5	17,8	33,4	39,5	28,6	36,7
Blech aus Eisen	5,3	18,3	34,2	27,6	18,8	24,6
Draht aus Eisen	2,9	7,2	12,2	11,8	9,7	9,5
Eisenwaren	19,5	58,5	107,4	96,0	92,6	98,9
Maschinen (einschl. Walzwerksanlagen)	30,4	98,0	189,1	296,9	329,3	382,9
Kraftfahrzeuge, Luftfahrzeuge	8,4	33,7	64,0	81,9	101,3	170,3
Elektrotechnische Erzeugnisse	8,0	25,7	54,9	88,4	103,6	147,6
Feinmechanische und optische Erzeugnisse	4,7	14,6	28,1	33,7	36,5	46,7
Pharmazeutische Erzeugnisse	2,2	7,5	15,4	14,3	18,5	21,6

1) ohne franz. Zone. ⁺) Monat Juli 1954.

Quelle: "Wirtschaftskonjunktur", Berichte des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, München, 6. Jahrgang, Heft 4/1954, Seite 56.

Produktion von Fleisch, Milch, Butter und Fett

in 1000 t Moratsdurchschnitt

Erzeugnis	1949/50	1950/51	1951/52	1952/53	1953/54
Fleisch ¹⁾					
davon Schweinefleisch	80,9	101,8	122,8	133,6	142,9
Milchertrag je Kuh (in kg)	35,0	51,1	70,9	75,8	77,1
Milch insgesamt	197	214	227	230	245
Milchanlieferung bei den Molkereien	1.069,9	1.217,5	1.311,7	1.339,7	1.433,4
Herstellung von Butter in Molkereien	779,7	842,0	883,4	883,3	955,7
Inlands-Fetterzeugung insgesamt ²⁾	20,7	22,2	23,6	22,5	25,4
	25,3	27,6	31,6	33,7	36,4

¹⁾ Aus gewerbl. Schlachtungen (einschl. Schlachtfett).

²⁾ In Reinfett.

Quelle: "Wirtschaftskonjunktur", Berichte des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, München,
6. Jahrgang, Heft 4/1954, Seite 6.

N a h r u n g s m i t t e l
Industriebetriebe mit 10 und mehr Beschäftigten
Monatsdurchschnitt

Wirtschaftsbereich	Einheit	1950	1951	1952	1953	1954 ⁺
<u>Produktion</u>						
Prod.-Index arbeitstäglich	1936=100					
Mehl und Grieß insgesamt	1000 t	145	137	151	178	162
Teigwaren	1000 t	309,2	316,2	326,4	314,8	343,7
Nährmittel	"	14,6	14,1	14,1	14,5	15,5
Kaffeemittel	"	.	6,6	6,1	6,0	6,0
Dauerbackwaren	"	.	5,6	6,6	8,1	9,6
Schokoladenerzeugnisse	"	.	8,5	9,2	11,0	9,6
Zuckerwaren	"	.	9,8	9,2	10,0	11,1
Fleischwaren	"	.	9,7	10,9	13,2	15,2
Fleischkonserven	"	.	2,6	2,4	3,5	4,2
Bearbeitete Fische und Fischwaren	"	.	13,3	12,1	14,5	13,2
Butter	"	21,5	23,0	22,6	24,4	30,9
Molkereikäse insgesamt 5)	"	11,3	12,7	12,9	13,4	14,3
Milchpulver	"	1,4	2,3	2,9	3,2	4,3
Milchkonserven	"	7,1	9,9	10,5	13,4	21,8
Schmelzkäse	"	3,1	2,9	3,2	3,4	4,7
Margarine	"	30,4	37,5	42,6	48,5	49,5
Platten- und Kunstspeisefette	"	.	.	4,9	4,8	3,9
Verbrauchszucker	"	97,4	100,9	82,3	116,3	25,0
Obstkonserven	"	.	.	1,7	2,0	7,5
Gemüsekonserven	"	.	.	6,7	8,9	27,7
<u>Umsatz 4)</u>						
Umsatz insgesamt	Mill. DM	825,3	1008,6	1039,1	1154,0	1364,4
dar.: Milchverwertung	"	171,5	173,3	203,2	206,4	265,0
Möhlen	"	111,5	145,3	162,9	160,5	180,3
Nährmittel (einschl. Nährhefe)	"	38,4	45,0	50,7	54,3	59,6
Brot	"	24,5	32,0	33,0	35,3	42,4

⁺) Monat Juli 1954.

Wirtschaftsbereich	Einheit	1950	1951	1952	1953	1954 ⁺
Süßwaren	Mill. DM	87,9	107,0	108,2	119,2	122,8
Fleischwaren	"	42,9	65,4	69,0	80,7	99,8
Fischverarbeitung	"	19,4	24,9	24,0	24,0	19,7
Ölmühlen, Margarine	"	123,9	159,9	134,8	159,0	157,4
Obst- und Gemüseverarbeitung	"	25,0	32,5	31,8	34,1	44,5
<u>Außenhandel</u>						
Nahrungsmittelleinfuhr insgesamt ¹⁾	Mill. DM	364,8	431,8	432,6	397,1	424,7
dar.: Brotgetreide ²⁾	1000 t	161,3	250,1	204,3	166,7	248,9
Fette und Öle zur Ernährung ³⁾	"	61,4	86,5	76,4	92,7	73,7
Fleisch und Fleischwaren	"	10,9	5,7	4,8	7,7	7,5
Fische und Fischzubereitung	"	9,4	9,4	8,0	8,2	4,5
Beschäftigung und Löhne						
Beschäftigte insgesamt ⁴⁾	1000	218,5	225,5	237,7	250,0	265,1
Löhne und Gehälter ⁴⁾	Mill. DM	52,1	61,2	68,6	75,8	81,6
<u>Einzelhandel</u>						
Wareneingang	1952=100	91	98	100	103	111
Warenabsatz	"	87	95	100	104	114
Preise:	DM/kg	0,56	0,78	0,80	0,77	0,76
Weizenmehl jew. Type	"	1,18	1,23	1,36	1,36	1,36
Verbrauchszucker (Raffinade)	"	5,50	6,12	6,39	6,26	6,12
Deutsche Markenbutter	"	28,80	31,30	32,70	28,61	23,10
Bohnenkaffee geröstet	"					

⁺) Monat Juli 1954.

1) Ohne lebende Tiere und Genußmittel. 2) Roggen und Weizen. 3) Butter, Walöl, Schmalz und Talg, Ölrüchte, pflanzl. Öle und Fette, Margarine und ähnliche Speisefette.
4) Einschl. Zuckerindustrie. 5) Hart-, Schnitt-, Weich- und Sauermilchkäse zusammen.

Quelle: "Wirtschaftskonjunktur", Berichte des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, München, 6. Jahrgang, Heft 4/1954, Seite 40.

Index der Grundstoffpreise
1938 = 100 Jahresdurchschnitt

Grundstoffe	1948	1950	1951	1952	1953	1954 ⁺
<u>Gesamtindex</u>						
<u>Nahrungsmittel</u>	152	198	250	261	251	254
<u>Industriestoffe</u>	123	168	200	211	203	216
	172	218	284	294	283	279
<u>Nahrungsmittel</u>						
Roggen	101	136	197	211	210	208
Weizen	101	135	199	208	207	200
Gerste	101	128	220	219	211	210
Hafer	102	128	218	212	196	202
Kartoffeln	148	213	171	255	211	242
Speiseerbsen	116	128	130	159	164	146
Zucker	130	152	160	186	195	195
Margarine	126	94	105	79	65	67
Rinder, lebend	119	170	198	204	183	212
Kälber, lebend	102	157	208	218	218	230
Schafe, lebend	119	134	197	192	177	212
Schweine, lebend	117	201	250	236	238	257
Butter	169	179	205	214	207	204
Eier	106	159	191	204	187	178
Rohtabak	120	234	170	159	163	293

⁺) Monat Juli 1954.

Quelle: "Wirtschaftskonjunktur", Berichte des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, München, 6. Jahrgang, Heft 4/1954, Seite 46.

Jahres-Umsätze 1951

der verschiedenen im Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel konkurrierenden Handelsformen

	Lebensmittel-Abteilungen der Warenhäuser	0,110 Mrd. DM
	Rewe-Genossenschaften	0,2619 Mrd. DM
	Edeka-Genossenschaften	0,727 Mrd. DM
	Filialbetriebe	ca. 1 Mrd. DM
	Konsumgenossenschaften	1,0872 Mrd. DM
	Nahrungsmittel-Großhandel	5,1 Mrd. DM

(Bei den Konsumgenossenschaften, den Filialbetrieben und den Lebensmittel-Abteilungen der Warenhäuser handelt es sich um Einzelhandelsumsätze, so daß bei einem Vergleich zum Umsatz des Nahrungsmittel-Großhandels von den genannten Zahlen noch die Einzelhandelsspanne abzuziehen ist. Die Umsatzzahlen der Konsumgenossenschaften schließen außer dem Umsatz in Nahrungsmitteln noch die Umsätze in anderen Waren ein. Die Umsätze der Lebensmittel-Abteilungen der Warenhäuser beziehen sich mangels neuerer Zahlen auf den Umsatz des Jahres 1950.) Obgleich in obiger Gegenüberstellung nicht einheitlich von den Großhandelsumsätzen in Nahrungsmitteln ausgegangen werden konnte, so läßt sich jedoch erkennen, inwieweit die mit dem Nahrungsmittel-Sortiments-Großhandel konkurrierenden Handelsformen am Jahresumsatz beteiligt sind. Mehr soll mit dieser Gegenüberstellung nicht zum Ausdruck gebracht werden.

Quellen: Verband des Deutschen Nahrungsmittel-Großhandels, "Der Verbraucher", Dr. Holling: Genossenschaften contra Groß- und Einzelhandel contra Genossenschaften, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

Entwicklung der Konsumgenossenschaften

(sämtliche Zahlen beziehen sich auf das heutige Bundesgebiet)

Jahr	Anzahl der		Verteilungs- stellen	Gesamt- umsatz in Mill. RM/DM	Mitgliederumsatz		Rückvergütung	
	Konsum- genossen- ¹⁾ schaften	Mitglieder in Mill.			in Mill. RM/DM	in v.H. des Gesamt- umsatzes	in Mill. RM/DM	in v.H. des Mitglieder- umsatzes
1930	702	2,25	8.350	817	817	100,0	38,2	4,7
1931	689	2,27	8.550	750	750	100,0	34	4,5
1935 ²⁾	620	1,87	7.472	382	382	100,0	?	?
1946	69	-	5.141	334	-	-	-	-
1947	152	0,50	5.308	408	nicht erhoben			
1948	244	0,76	5.686	569				
1949	286	1,02	6.114	716	492	68,7 ³⁾	15,7 ⁴⁾	3,2
1950	296	1,32	6.504	843	706	83,6 ³⁾	21,2	3
1951	303	1,61	6.954	1.089	Zahlen liegen noch nicht vor			

1) Bei den Zahlen dieser Spalte handelt es sich 1946 ausschließlich und 1947 bis 1949 insoweit um "Versorgungserlöse des Gemeinschaftswerkes", als die Vermögensrückübertragung auf die Konsumgenossenschaften noch nicht erfolgt war.

2) Einschließlich auf Grund des Gesetzes vom 21. Mai 1935 liquidierten Konsumgenossenschaften.

3) Im v.H. des Verteilungsstellen-Umsatzes (d.h. ohne Großverbraucher): 1949 - 72,2 % - 86,5 %.

4) Teilweise einschließlich zweites Halbjahr 1948.

Zahl der Genossenschaftsmitglieder

	1938	1947	1949	1950
1. Kreditgenossenschaften	1'496.081	1'463.913	1'533.817	1'580.226
2. Bezugs- und Absatz- genossenschaften	343.927	372.842	378.372	374.903
3. Molkerei- und Milchver- wertungsgenossenschaften	730.818	803.826	809.114	827.712
4. sonstige Genossen- schaften	505.107	486.309	488.502	502.102
z u s a m m e n	3'075.933	3'126.890	3'209.740	3'284.943

Obwohl die Zahl der Genossenschaften laufend zurückgegangen ist,
befindet sich die Zahl der Mitglieder, wie die Tabelle veranschaulicht,
in ständigem Anstieg.

LANDWIRTSCHAFTLICHE GENOSSENSCHAFTEN ¹⁾

Zahl der Genossenschaften

Genossenschaftsarten	Zahl der Genossenschaften am		
	31.12.1940	31.12.1950	31.12.1951
Zentral-Geschäftsstellen	82	83	81
Spar- und Darlehenskassen	11.203	11.216	11.201
Bez.- und Absatz-Genossenschaften	2.681	2.710	2.663
Molk.- und Milchverw.-Genossenschaften	5.788	5.726	5.657
Viehverwertungs-Genossenschaften	322	329	319
Eierverwertungs-Genossenschaften	158	152	133
Obst- und Gemüseverwertungs-Genossenschaften	204	205	193
Winzer-Genossenschaften	480	508	524
Brennerei-Genossenschaften	26	26	30
Kartoffeltr.Gen. und Stärkefabriken	7	6	10
Sonstige Waren-Genossenschaften	499	463	477
Elektrizitäts-Genossenschaften	499	485	460
Mesch.- und Dresch-Genossenschaften	787	774	753
Zucht-Genossenschaften	251	240	255
sonstige Betriebs-Genossenschaften	810	821	804
zusammen	23.797	23.753	23.580

1) Entnommen dem Jahrbuch des Deutschen Raiffeisenverbandes e.V., IV. Jahrgang 1951.

F. Literaturverzeichnis

=====

- | | |
|------------------------|--|
| Amonn, Alfred | Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundprobleme, Jena 1938. |
| Borgh, van der Richard | Handel und Handelspolitik, Leipzig 1923. |
| Brogle, Theodor | Der Warenhandelsbetrieb. In: Betriebswirtschaftslehre, Zürich 1923. |
| Brüggel, Otto | Der Einfluß des Markenartikels auf die Funktionen des Handels, Wien 1934. |
| Büttner, Max | Betriebswirtschaftslehre des Einzelhandels, Berlin 1947. |
| Burri, Joseph | Die Stellung des Handels in der nationalökonomischen Theorie seit Adam Smith, Zürich 1913. |
| Deutsch, Paul | Die finanzielle Führung der Handelsbetriebe, Leipzig 1936. |
| Dohrendorf, Heinrich | Die Berufsaufgaben des Groß- und Außenhandels. Im Taschenbuch für den Groß- und Außenhandel 1949. |
| Ehrenberg, Richard | Der Handel und seine wissenschaftliche Bedeutung, Jena 1897. |
| derselbe | Handel. In: Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4.Aufl. Bd.V. |
| Ettmeier, Karl | Der Kolonialwaren-Großhandel im Binnenland, Nürnberg 1933. |
| Eucken, Walther | Die Grundlagen der Nationalökonomie, Bad Godesberg 1947, 3. Auflage. |
| Felber, Karl-Ernst | Die Strukturwandlungen im schweizerischen Kolonialwaren-Großhandel, Basel 1939. |
| Götz, Martin | Wandlungen in der Organisation des deutschen Großhandels nach dem Kriege unter besonderer Berücksichtigung der Funktionswandlungen, Berlin 1933. |
| Gruntzel, Joseph | System der Handelspolitik, Wien 1928. |
| Haberler, Gottfried | Der internationale Handel, Berlin 1933. |
| Halm, George | Geld, Außenhandel und Beschäftigung, München 1951. |
| Hellauer, Joseph | Der Einfluß der Vertragsbedingungen auf Absatzleistung und Absatzwege. In: Absatzforschung und Absatzpraxis... |

- Hellauer, Joseph System der Welthandelslehre, Bd. I, Berlin 1910.
- derselbe Warenverkehr. In: Die Handelshochschule, 2. Aufl. Bd. III.
- Herrmann, Walther Rationalisierung im Lebensmittelhandel. In: Die Bedeutung der Rationalisierung ...
- Hildebrand, Karl Betriebswirtschaftslehre, des Genossenschaftswesens. In: Handbuch des Genossenschaftswesens, Bd. III und IV.
- Hirsch, Julius Der deutsche Nahrungsmittelhandel. Wirtschaftshefte der Frankfurter Zeitung, Heft 5, 1927.
- derselbe Die Kosten im Handel. In: Die Grundlagen der Handels-Enquete. III Unterausschuß, 9. Arbeitsgruppe Bd. 1.
- derselbe Grundriß der Sozialökonomie, 5. Abt. T. II, Der moderne Handel, seine Organisation und Formen und die staatliche Binnenhandelspolitik, Tübingen 1925.
- Holling Der Verbraucher. In: Genossenschaften contra Groß- und Einzelhandel contra Genossenschaften. (Konsumgenossenschaftliche Rundschau, Heft 7).
- Jessen, Jens Der Handel als volkswirtschaftliche Aufgabe, Berlin 1940.
- Kaiser, Gerhard Bundeseinkaufskontor, Illusion und Wirklichkeit. In: Der Lebensmittel-Großhandel, Heft 28.
- Koch, Waldemar Grundlagen und Technik des Vertriebes, Berlin 1950.
- Kosiol, Erich Großhandel. In: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 2. Aufl. Bd. I.
- Lampe, Adolf Binnenhandel und Binnenhandelspolitik. In: Ad. Webers Handels- und Verkehrspolitik, München und Leipzig 1923.
- derselbe Einzelhandel. In: Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Aufl. Bd. III.
- derselbe Großhandel. In: Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Ergänzungsband, Jena 1923.
- Lexis, Wilhelm Handelswesen, Leipzig 1906.

- | | |
|------------------------|--|
| Lisowsky, Arthur | Zur Theorie und Systematik der Handelsfunktionen. Betriebswirtschaftliche Blätter, Jahrg. 7, Wien 1936. |
| Mellerowicz, Konrad | Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. III, Berlin 1948. |
| Mitchell, Wesley Clair | Business Cycles. The Problem and its Setting, New York 1928. |
| Müller-Armack, Alfred | Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft, Hamburg 1948. |
| Murhard, Karl | Theorie und Politik des Handels, Göttingen 1831. |
| Oberparleiter, Karl | Funktionen- und Risikenlehre des Warenhandels, Berlin 1930. |
| Oder, Wolfgang | Der Lebensmitteleinzelhandel in der heutigen deutschen Wirtschaft, München 1937. |
| Ohlendori, Otto | Der deutsche Binnenhandel, Berlin 1942. |
| Ottel, Klemens | Großhandel. In: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 1. Aufl. Bd. II. |
| Paulsen, Andreas | Neue Wirtschaftslehre, Berlin-Frankfurt (Main) 1950. |
| Probst, Herrmann | Der deutsche Nahrungsmittel-Großhandel. Diss. München 1934. |
| Redlich, Fritz | System der Handelsfunktionen. Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich, Jg. 56, 1932. |
| Reinhold, Herbert | Die innere Organisation der Edeka-Zentrale eGmbH und der Edeka-Bank eGmbH, Halle 1934. |
| Röpke, Wilhelm | Die Lehre von der Wirtschaft, 6. Aufl., Zürich 1951. |
| derselbe | Internationale Ordnung, Zürich 1951. |
| Ruberg, Carl | Haushalt und Einzelhandel, Berlin 1935. |
| derselbe | Absatzförderung im Einzelhandel, Frankfurt (Main) 1939. |
| derselbe | Bestimmung des Begriffs Großhandels. Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung, Jg. 29, 1935. |
| Schär, Johann | Allgemeine Handelsbetriebslehre, Leipzig 1913. |
| Schlicht, Jürgen | Der Lebensmittel-Großhandel, Regensburg 1949. |

- | | |
|----------------------------|---|
| Schmitt, Alfons | Großhandelsvereinigungen des Einzelhandels, München 1928. |
| v. Sellner, Edmund | Der Großhandel im Blickfeld unserer Zeit, Berlin 1936. |
| derselbe | Kennzeichen der Leistung - Ein Buch über den Großhandel, Berlin 1938. |
| Seyffert, Rudolf | Wirtschaftslehre des Handels, Köln 1951. |
| Schäfer, Erich | Grundlagen der Marktforschung, Köln 1953. |
| Sommerfeld, Heinrich | Risikopolitik. In: Handwörterbuch des Kaufmanns. |
| Sonnendorfer-Ottel, Rudolf | Die Technik des Welthandels, Wien-Leipzig 1912. |
| Steinborn, Rudolf | Der Kolonialwaren-Großhandel und Edeka-Genossenschaften, Berlin 1935. |
| Tiburtius, Joachim | Die Bildung der Warenkreise im Groß- und Einzelhandel und ihre betriebswirtschaftlichen Ziele. In: Absatzforschung und Absatzpraxis ... |
| derselbe | Lage und Leistungen des deutschen Handels in ihrer Bedeutung für die Gegenwart, Berlin 1949. |
| Weghmann, Arnold | Die Strukturwandlungen des Lebensmittelhandels, Stuttgart 1938. |
| Witt, Kornelis | Handel und Kaufmann in der gelenkten Wirtschaft, Stuttgart 1938. |

Zeitschriften:

- "Der Volkswirt", Wirtschafts- und Finanzzeitung, Frankfurt.
- "Die Wirtschaftszeitung".
- "Der Lebensmittel-Großhandel".
- "Der Lebensmittel-Einzelhandel".
- "Der Verbraucher", Konsumgenossenschaftliche Rundschau.
- "Der Lebensmittel-Handel".
- "Magazin des Einzelhandels".
- "Groß- und Außenhandel".
- Edeka-Rundschau, Fachzeitschrift für das Genossenschaftswesen im Lebensmittel-Einzelhandel, Heft des Jahrg. 1952.
- Kartellrundschau Bd. 32, 1934.
- Mitteilungsblatt der Industrie- und Handelskammer, Frankfurt, Sonderausgabe Groß- und Außenhandel.

Enquete-Ausschuß: III. Unterausschuß, 9. Arbeitsgruppe,
Bd. 1, Die Grundlage der Handels-Enquete,
Bd. 12, Großhandel mit Lebensmitteln und Kolonialwaren.

Sonderschrift: Die Warengenossenschaften des deutschen
Genossenschaftsverbandes.

Sonderschrift: Der genossenschaftliche Großhandel in der
Wettbewerbsordnung und seine Stellung in
der gegenwärtigen Wirtschaftspolitik.

Sonderschrift: Zucker im Westdeutschen-Außenhandel,
Der echte Markt, Artikel von Mosolff, Hans,
1952.

Sonderschrift: Die Agrarmärkte in der Bundesrepublik, 1951.

Vierteljahresheft: Umsatz und Lagerhaltung im deutschen
Einzelhandel seit 1924, Keiser, G.

Jahresberichte des Zentralverbandes des genossenschaftlichen
Groß- und Außenhandels für Nahrungs- und Genußmittel e.V.

Jahresberichte der Industrie- und Handelskammern.

Geschäftsberichte der Edeka von 1949, 1950, 1951, 1952.

Geschäftsbericht der "Wirtschaftlichen Vereinigung Zucker",
Geschäftsjahr 1950/51.

Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 1927.

Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Auflage,
Jena 1923 ff.

Handwörterbuch des Kaufmanns, 1. Auflage, Hamburg 1925.

Handbuch des Einzelhandels, Köln/München 1951.

Oetker, August: Warenkunde, Bielefeld 1950.

Der Außenhandel der Bundesrepublik Deutschland, Teil I,
zusammenfassende Übersicht, Dezember 1951.

Der Außenhandel im Jahre 1951, zusammenfassende Übersicht.

Wirtschaftskonjunktur, Berichte des Ifo-Instituts für
Wirtschaftsforschung, München.

Statistische Jahrbücher für die Bundesrepublik Deutschland.

Statistik des Verbandes des Deutschen Nahrungsmittel-
Großhandels.

Tageszeitungen.

Lebenslauf

Am 30. September 1926 wurde ich als Sohn des Kaufmanns Friedrich Baake und seiner Ehefrau Lina, geb. Kietzelmann, in Bernburg geboren.

Vom 6. bis zum 10. Lebensjahr besuchte ich die Grundschule und im Anschluß daran das Karls-Gymnasium in Bernburg bis zu meiner Einberufung zur Luftwaffe im Jahre 1943.

Nach Rückkehr aus russischer Kriegsgefangenschaft besuchte ich erneut die Oberschule in Bernburg und bestand im Jahre 1946 die Reifeprüfung.

Im Jahre 1948 wurde ich an der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Freien Universität zu Berlin immatrikuliert und legte im November 1952 die Diplomprüfung für Volkswirte ab. Während meiner Studienzzeit hatte ich Gelegenheit, an den Universitäten Paris, Grenoble und Zürich zu studieren. 1954 besuchte ich studienhalber die Vereinigten Staaten von Nordamerika und wurde bei meiner Rückkehr nach Deutschland Anfang 1955 an der Philosophischen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität zu Erlangen immatrikuliert.

Photodruck von

PhotoToni
ERLANGEN

